



UNIVERSITAS INDONESIA

ANALISIS MANAJEMEN KEHUMASAN
KEMENTERIAN PEMUDA DAN OLAHRAGA

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains
(M.Si.)

ENDANG YUNI PURWANTI
0906596260

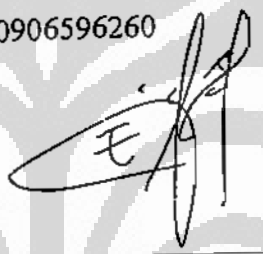
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI KAJIAN KETAHANAN NASIONAL
PEMINATAN KAJIAN STRATEGIK PENGEMBANGAN
KEPEMIMPINAN
JAKARTA
JULI 2011

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Endang Yuni Purwanti

NPM : 0906596260

Tanda Tangan : 

Tanggal : 12 Juli 2011

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :
Nama : Endang Yuni Purwanti
NPM : 0906596250
Program Studi : Kajian Ketahanan Nasional
Peminatan Kajian Strategik Pengembangan
Kepemimpinan
Judul Tesis : Analisis Manajemen Kehumasan Kementerian
Pemuda dan Olahraga

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Sains pada Kajian Strategik Pengembangan Kepemimpinan Program Studi Kajian Ketahanan Nasional Program Pascasarjana, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Vishnu Juwono, S.E., M.I.A. (Anting)

Ketua Sidang : Dr. Amy S. Rahayu, M.Si. (Rahayu)

Penguji : Prof. Dr. Chandra Wijaya, M.Si.,MM (Wijaya)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 12 Juli 2011

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat atas kuasa-Nya saya dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Sains pada Program Pengkajian Ketahanan Nasional, Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Vishnu Juwono, S.E.,M.I.A., selaku pembimbing tesis yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini;
2. Ibu Dr. Amy S. Rahayu, M.Si selaku Ketua Sidang Tesis dan Bapak Prof. Dr. Chandra Wijaya, M.Si.,MM selaku penguji Sidang Tesis yang telah banyak memberi masukan yang berharga kepada penulis;
3. Pihak Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga RI yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
4. Ustazd Abu Syauqi yang telah memberikan rekomendasi kepada penulis dan seluruh keluarga Rumah Zakat yang telah memberikan dukungan;
5. Orang tua peneliti yang selalu memberi dukungan kepada penulis;
6. Rekan-rekan PKN 4 dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 12 Juli 2011

Endang Yuni Purwanti

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Endang Yuni Purwanti
NPM : 0906596260
Program Studi : Kajian Ketahanan Nasional
Peminatan : Kajian Strategik Pengembangan Kepemimpinan
Fakultas : Program Pascasarjana
Jenis Karya : Tesis

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Analisis Manajemen Kehumasan Kementerian Pemuda dan Olahraga

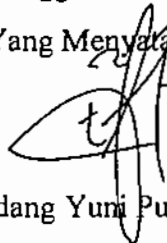
berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 12 Juli 2011

Yang Menyatakan,



(Endang Yuni Purwanti)

ABSTRAK

Nama : Endang Yuni Purwanti
Program Studi : Kajian Ketahanan Nasional
Peminatan Kajian Strategik Pengembangar. Kepenimpinan
Judul Tesis : Analisis Manajemen Kehumasan Kementerian Pemuda dan Olahraga

Tesis ini membahas tentang manajemen kehumasan di Kementerian Pemuda dan Olahraga yang akan dianalisis berdasarkan Konsep Proses Manajemen Kehumasan yang dikembangkan oleh Cutlif, Center dan Broom. Faktor-faktor yang dioperasionalisasikan adalah pendefinisian masalah, rencana dan program, melakukan tindakan dan komunikasi, dan evaluasi. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan studi dokumen. Hasil penelitian menyatakan bahwa proses manajemen kehumasan di Kementerian Pemuda dan Olahraga belum berjalan sebagaimana mestinya, hal tersebut disebabkan oleh pemahaman konseptual dan operasional kehumasan yang benar belum merata maupun faktor-faktor hambatan baik dari eksternal maupun internal Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga.

Kata kunci :
Kehumasan, proses manajemen

ABSTRACT

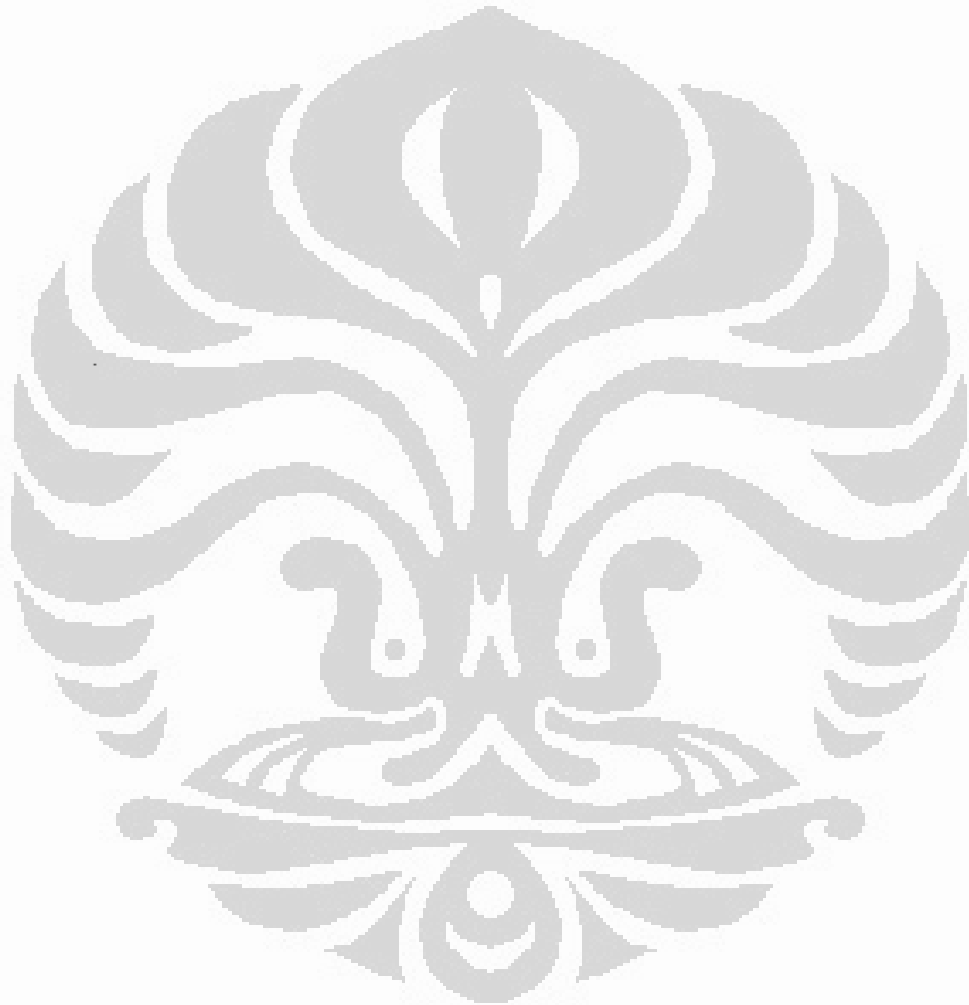
Name : Endang Yuni Purwanti
Study Program: National Resilience Studies
Title : The Analysis of Ministry of Youth and Sports Public Relations Management

The focus of this study is public relations management of Ministry of Youth and Sports. The data were collected by means of deep interview and document study. Based on the result of the analyses on the data and information gathered by using qualitative method with Four Step Relations Process by Cutlif, Center and Broom : defining public relations problems, planning and programming, taking action and communicating, and evaluating the program, it is concluded that public relations management process of Ministry of Youth and Sports has not applied the steps in Four Step Relations Process concept.

Keywords :
Public relations, management process

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH... ABSTRAK.....	v vi
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Batasan Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN LITERATUR	
2.1. Hubungan Masyarakat	13
2.2. Konsep Hubungan Masyarakat	13
2.3. Ruang Lingkup Hubungan Masyarakat.....	15
2.4. Fungsi dan Peran Hubungan Masyarakat	17
2.5. Tujuan Hubungan Masyarakat	18
2.6. Manajemen Kehumasan	18
2.7. Hubungan Masyarakat dalam Organisasi Pemerintah	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Pendekatan Penelitian	29
3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	29
3.3. Teknik Pengumpulan Data	30
3.4. Teknik Analisis Data	31
3.5. Model Operasionalisasi Penelitian.....	32
BAB IV PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Proses Manajemen Kehumasan Kementerian	37
4.2. Manajemen Kehumasan Kemenpora	43
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran	66



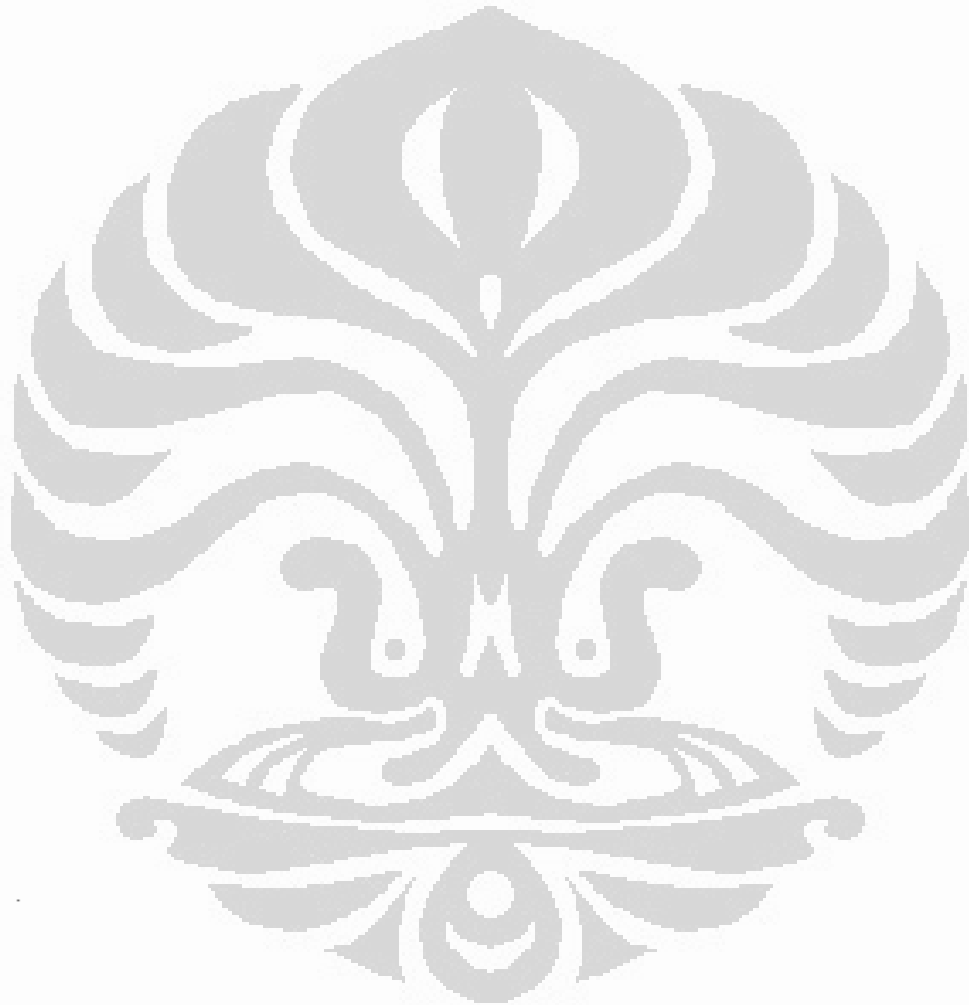
DAFTAR TABEL

Gambar 1 Operasionalisasi Faktor-faktor.	33
Gambar 2 Rencana Kerja Bagian Kehumasan Kemenpora Tahun 2008	52
Gambar 3 Rencana Kerja Bagian Kehumasan Kemenpora Tahun 2009	53
Gambar 4 Rencana Kerja Bagian Kehumasan Kemenpora Tahun 2010	54
Gambar 5 Laporan Kerja Bagian Kehumasan Kemenpora Tahun 2008	59
Gambar 6 Laporan Kerja Bagian Kehumasan Kemenpora Tahun 2009	61
Gambar 7 Laporan Kerja Bagian Kehumasan Kemenpora Tahun 2010	63



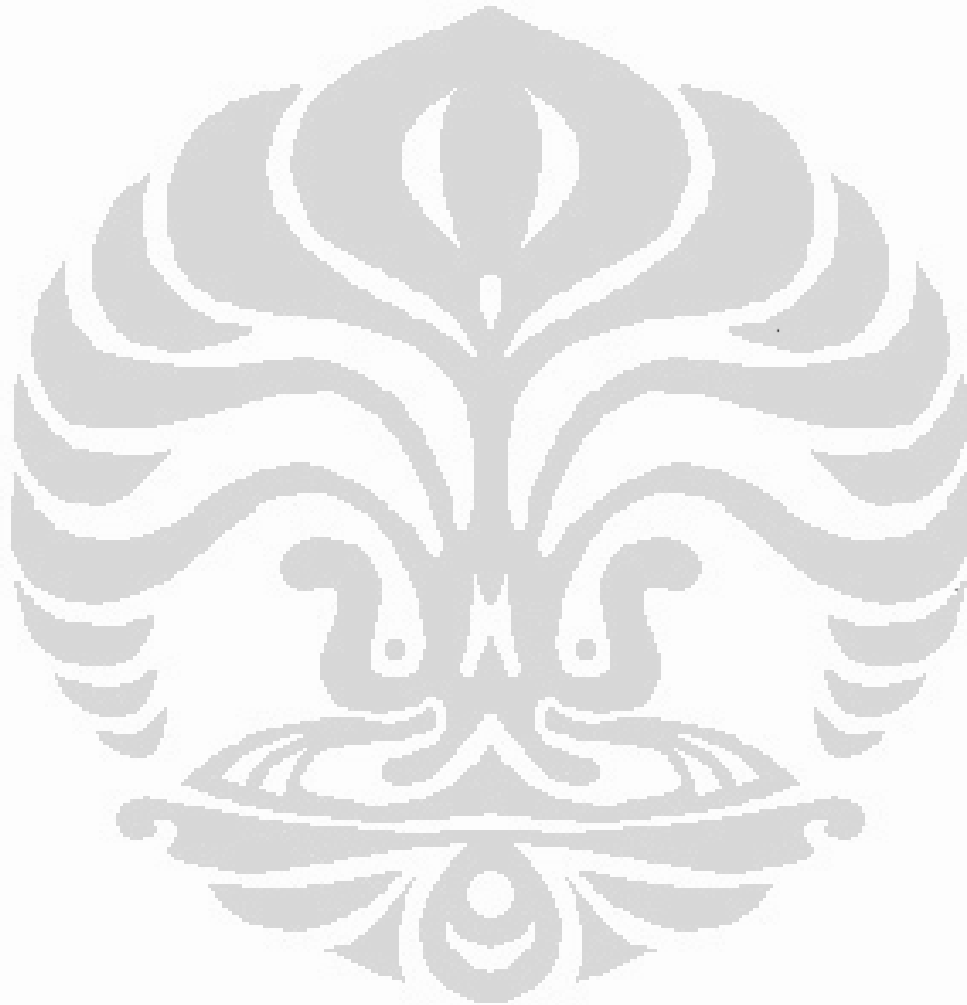
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Proses Transfers Humas.....	11
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara Penelitian
Lampiran 2 Verbatim wawancara mendalam



BAB I

PENDAHULUAN

Berbagai masalah baik dari eksternal maupun internal institusi dan tuntutan keterbukaan informasi memiliki pengaruh besar terhadap peranan kehumasan pada organisasi pemerintah, termasuk pada Biro Humas, Hukum dan Kepegawaian Kementerian Pemuda dan Olahraga. Hal ini menuntut kemampuan pehumas di lingkungan Kementerian Pemuda dan Olahraga untuk melakukan manajemen kehumasan yang baik agar siap menghadapi berbagai masalah dan perkembangan keterbukaan informasi. Biro Humas, Hukum dan Kepegawaian perlu melakukan penilaian terhadap proses manajemen kehumasan mulai dari pendefinisian masalah, perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi program yang selama ini dilakukan. Ini dilakukan sebagai bahan masukan dalam melakukan proses manajemen kehumasan di masa mendatang yang lebih efektif. Untuk itu, tulisan ini akan menganalisis proses manajemen kehumasan yang selama ini dilakukan di Biro Humas, Hukum dan Kepegawaian dengan tahapan proses manajemen kehumasan menurut Cutlip, Center, dan Broom (2005).

1.1. Latar Belakang

Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga diadakan kembali pada Kabinet Indonesia Bersatu tahun 2004 hingga sekarang setelah pada kabinet sebelumnya dihapuskan. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh strategisnya pembangunan kepemudaan dalam mendukung pencapaian pembangunan sumberdaya manusia Indonesia dan pembangunan keolahragaan sebagai sarana strategis untuk membangun kepercayaan diri, identitas bangsa, dan kebanggaan nasional.

Dalam Rencana Strategis Kementerian Pemuda dan Olahraga Tahun 2010-2014 disebutkan bahwa Visi Kementerian Pemuda dan Olahraga adalah "Mewujudkan Kepemudaan dan Keolahragaan yang Berdaya Saing". Visi Kementerian Pemuda dan Olahraga tahun 2010-2014 tersebut tidak terlepas dari upaya mewujudkan Visi Pembangunan 2005-2025 yaitu "Indonesia yang mandiri, maju, adil, dan makmur" dan melaksanakan Misi Pembangunan Nasional 2005-

2025 yaitu “Mewujudkan bangsa yang berdaya saing” sebagaimana tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2005-2025.

Sedangkan Misi Kementerian Pemuda dan Olahraga Tahun 2010-2014: “Meningkatkan Daya Saing Kepemudaan dan Keolahragaan” Misi Kementerian Pemuda dan Olahraga tahun 2010-2014 mengandung arti:

Meningkatkan potensi sumber daya kepemudaan dengan memanfaatkan kemitraan lintas sektoral, antar tingkat pemerintahan, dan kemasyarakatan untuk mendukung penyadaran dan pemberdayaan pemuda melalui peningkatan wawasan, inventarisasi potensi, kapasitas keilmuan, kapasitas keimanan, kreativitas, dan kemampuan berorganisasi pemuda sehingga pemuda dapat meningkatkan partisipasi, peran aktif, dan produktivitas dalam membangun dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara;

Mewujudkan pemuda maju, berkarakter, berkapasitas, dan berdaya saing melalui penyiapan pemuda kader sesuai karakteristik pemuda yang memiliki semangat kejuangan, kesukarelaan, tanggung jawab, dan ksatria serta memiliki sikap kritis, idealis, inovatif, progresif, dinamis, reformis, dan futuristik tanpa meninggalkan akar budaya bangsa Indonesia yang tercermin dalam kebhinnekatunggalikaan untuk mendukung pengembangan pendidikan, kepemimpinan, kewirausahaan, kepeloporan, dan kesukarelawan pemuda di berbagai bidang pembangunan, termasuk penugasan khusus bagi pengembangan kependuan/kepramukaan sebagai wadah pengaderan calon pemimpin bangsa;

Meningkatkan potensi sumberdaya keolahragaan dengan memanfaatkan kemitraan lintas sektoral, antar tingkat pemerintahan, dan kemasyarakatan untuk mendukung pemassalan, pembudayaan, serta pengembangan industri dan sentra-sentra olahraga melalui pengenalan olahraga kepada keluarga, satuan pendidikan, dan masyarakat luas sehingga masyarakat gemar melakukan kegiatan olahraga atas kehendak sendiri serta pemasyarakatan olahraga sebagai kebiasaan hidup sehat dan aktif sesuai dengan kondisi dan nilai budaya masyarakat setempat sehingga masyarakat memperoleh tingkat kebugaran jasmani, kesehatan, kegembiraan, dan hubungan sosial yang berkualitas; dan

Mewujudkan olahragawan yang berprestasi pada kompetisi bertaraf regional dan internasional melalui peningkatan kemampuan dan potensi

olahragawan muda potensial dan olahragawan andalan nasional secara sistematis, terpadu, berjenjang, dan berkelanjutan serta pemanfaatan iptek olahraga modern untuk mendukung pembibitan olahragawan berbakat dan peningkatan mutu pelatih bertaraf internasional pada pembinaan prestasi olahraga.

Berdasarkan Arah Kebijakan dan Strategi RPJMN Tahun 2010-2014, Kementerian Pemuda dan Olahraga menyusun prioritas arah kebijakan dan strategi sebagai berikut:

- a. Peningkatan partisipasi dan peran aktif pemuda dalam berbagai bidang pembangunan, dilaksanakan melalui 11 (sebelas) strategi.
 1. Penayadaran Pemuda, yaitu: a) peningkatan wawasan pemuda dalam memahami dan menyikapi perubahan lingkungan strategis mencakup pendidikan kebangsaan/bela negara dan akhlak mulia, penumbuhan kesadaran/kepedulian terhadap lingkungan dan hukum, serta pemahaman kemandirian ekonomi; b) peningkatan peran aktif pemuda sebagai kekuatan moral, kontrol sosial, dan agen perubahan; serta c) perlindungan pemuda dari pengaruh destruktif mencakup bahaya narkoba, psikotropika, zat adiktif (NAPZA), seks bebas, HIV/AIDS, pornografi dan pornoaksi, prostitusi, perdagangan manusia, penurunan kualitas moral, perpecahan bangsa, serta hilangnya komitmen dan rasa kebangsaan.
 2. Pemberdayaan Pemuda, yaitu: a) peningkatan potensi, kapasitas, kreatifitas, dan kemampuan berorganisasi pemuda; b) penelitian dan pendampingan kegiatan kepemudaan; c) perluasan kesempatan memperoleh serta meningkatkan kompetensi dan keterampilan; serta d) peningkatan daya saing pemuda Indonesia di tingkat regional dan internasional.
 3. Pengembangan Kepemimpinan Pemuda, yaitu: a) penetapan kebijakan strategis pengembangan kepemimpinan pemuda; b) pelaksanaan pendidikan dan pelatihan, pengaderan, pembimbingan, dan pendampingan pembentukan pemuda kader pemimpin; serta c) pengembangan forum kepemimpinan pemuda.
 4. Pengembangan Kewirausahaan Pemuda, yaitu: a) peningkatan dan perluasan menciptakan peluang pekerjaan; b) pelaksanaan pelatihan,

pemagangan, pembimbingan, pendampingan, kemitraan, dan promosi pembentukan pemuda kader wirausaha; serta c) peningkatan fasilitasi akses permodalan dan pengembangan sentra kewirausahaan pemuda, dalam rangka mendukung penciptaan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan kewirausahaan.

5. Pengembangan Kepeloporan Pemuda, yaitu: a) pengembangan inovasi, keberanian melakukan terobosan, dan budaya kreatif pemuda; serta b) pelaksanaan pelatihan dan pendampingan penumbuhan pemuda kader pelopor yang dapat sesuai dengan karakteristik daerah setempat.
6. Pengembangan Kepedulian dan Kesukarelaan Pemuda, yaitu: a) pengembangan tenaga terdidik di perdesaan, melalui kegiatan Sarjana Penggerak Pembangunan di Pedesaan (SP-3); serta b) pelaksanaan pelatihan dan pendampingan penumbuhan pemuda kader kesukarelawanan di daerah tertinggal, daerah pesisir, dan daerah rawan konflik.
7. Peningkatan Sinkronisasi dan Kemitraan Kepemudaan, yaitu: a) program sinergis antar sektor dalam hal penyadaran pemberdayaan dan pengembangan pemuda; b) kajian dan penelitian bersama tentang persoalan pemuda; c) kegiatan bersama dalam mengatasi degradasi moral, pengangguran, kemiskinan, kekerasan, dan NAPZA; serta d) pengembangan kemitraan berbasis program dalam pelayanan kepemudaan.
8. Peningkatan Prasarana dan Sarana Kepemudaan, yaitu: a) inventarisasi prasarana kepemudaan di kabupaten/kota; b) optimalisasi pemanfaatan prasarana dan sarana kepemudaan, khususnya pemanfaatan sentra pemberdayaan pemuda; serta c) fasilitasi penyediaan dan pengelolaan prasarana dan sarana kepemudaan.
9. Pemberdayaan Organisasi Kepemudaan, yaitu: a) inventarisasi organisasi kepemudaan, mahasiswa, dan pelajar; b) peningkatan kreativitas dan inovasi, penguatan kematangan intelektual, penyaluran minat bakat, serta penumbuhan rasa percaya diri, semangat kesetiakawanan sosial, dan pengabdian kepada masyarakat; c) peningkatan mutu pengelolaan organisasi kepemudaan; serta d) akreditasi tingkat kesesuaian dengan

pengaturan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan.

10. Peningkatan Peran Serta Masyarakat, yaitu: a) promosi kegiatan pemerintah dalam pelayanan kepemudaan; b) mediasi masyarakat dalam menggiatkan gerakan cinta lingkungan hidup dan solidaritas sosial di kalangan pemuda; serta c) advokasi kemitraan masyarakat pada program pemerintah di bidang kepemudaan, termasuk apresiasi dan penghargaan.
 11. Pengembangan Penghargaan Kepemudaan, yaitu: pemberian penghargaan bagi pemuda berprestasi, organisasi kepemudaan, organisasi kemasyarakatan, lembaga pemerintah, badan usaha, kelompok masyarakat, dan perseorangan yang berjasa dalam memajukan potensi pemuda.
- b. Peningkatan budaya dan prestasi olahraga di tingkat nasional dan internasional, dilaksanakan melalui 14 (empatbelas) strategi.
1. Penyelenggaraan Olahraga Pendidikan, Olahraga Rekreasi, dan Olahraga Prestasi, yaitu: a) koordinasi dan kerjasama lintas sektoral dan antar tingkat pemerintahan; b) peningkatan potensi sumberdaya olahraga nasional dan prestasi olahraga di tingkat regional dan internasional; serta e) penataan dan pengembangan manajemen keolahragaan.
 2. Pembinaan dan Pengembangan Olahraga, yaitu: a) pembinaan dan pengembangan olahraga pendidikan, olahraga rekreasi, dan olahraga prestasi; serta b) pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi olahraga.
 3. Pengelolaan Keolahragaan, yaitu: a) pemberdayaan dan pengembangan induk organisasi cabang olahraga, klub olahraga, sanggar olahraga, sekolah khusus olahraga, dan sentra pembinaan olahraga; b) pemassalan dan pembudayaan olahraga di masyarakat; serta c) peningkatan bibit olahragawan dan cabang olahraga unggulan.
 4. Penyelenggaraan Kejuaraan Keolahragaan, yaitu: a) penyelenggaraan kejuaraan olahraga di tingkat daerah dan nasional dalam rangka penguatan fondasi bangunan olahraga nasional; serta b) fasilitasi keikutsertaan dan penyelenggaraan kejuaraan olahraga di tingkat internasional.
 5. Pembinaan dan Pengembangan Pelaku Olahraga, yaitu: a) peningkatan kemampuan manajemen pembina olahraga; b) peningkatan kualitas dan

- kompetensi tenaga keolahragaan, termasuk tenaga teknis penyelenggaraan kejuaraan olahraga; serta c) pembinaan olahragawan andalan nasional.
6. Pemberdayaan Olahraga Profesional, yaitu: a) pembinaan organisasi olahraga profesional dan pengembangan tenaga profesional keolahragaan; serta b) pengawasan dan pengendalian olahraga profesional.
 7. Peningkatan Prasarana dan Sarana Olahraga, yaitu: a) inventarisasi dan penetapan prasarana olahraga di tingkat nasional, provinsi, kabupaten/kota, dan desa/kelurahan; serta b) perencanaan, pengadaan, pemanfaatan, pemeliharaan, serta pengawasan prasarana dan sarana olahraga pendidikan, olahraga rekreasi, olahraga prestasi, dan industri olahraga.
 8. Pengembangan Iptek Keolahragaan, yaitu: a) pengembangan pengkajian dan perintisan iptek terapan keolahragaan; serta b) pemanfaatan iptek dan kesehatan olahraga.
 9. Peran Serta Masyarakat, yaitu: a) promosi kegiatan pemerintah dalam pelayanan keolahragaan; b) mediasi masyarakat dalam berperan sebagai sumber, pelaksana, tenaga sukarela, penggerak, pengguna hasil, dan pelayanan kegiatan olahraga; serta c) advokasi kemitraan masyarakat pada program pemerintah di bidang keolahragaan, termasuk apresiasi dan penghargaan.
 10. Pengembangan Kerjasama dan Informasi Keolahragaan, yaitu: a) pengembangan sistem informasi keolahragaan; serta b) kerjasama pelayanan informasi dan pengelolaan museum olahraga nasional.
 11. Pembinaan dan Pengembangan Industri Olahraga, yaitu: a) pengembangan produksi, jual beli, atau penyewaan prasarana dan sarana olahraga, serta jasa penjualan kegiatan olahraga secara profesional, dalam rangka pengembangan industri olahraga; serta b) peningkatan fasilitasi dan kemitraan masyarakat dalam melakukan usaha jasa industri olahraga dengan membentuk badan usaha serta memperhatikan kesejahteraan pelaku olahraga dan kemajuan olahraga nasional.
 12. Pengembangan Standar Nasional Keolahragaan, yaitu: a) pengembangan standar kompetensi, kelayakan, dan pelayanan minimal bidang

keolahragaan, serta pedoman standarisasi keolahragaan nasional; b) penyiapan konsep dan perintisan pembentukan Badan Standardisasi dan Akreditasi Nasional Keolahragaan (BSANK); c) penetapan, peningkatan, pemantauan, dan pelaporan pencapaian standarisasi bidang keolahragaan; serta d) pengembangan pedoman dan perintisan kegiatan akreditasi dan sertifikasi bidang keolahragaan.

13. Pencegahan dan Pengawasan Terhadap Doping, yaitu: a) fasilitasi pengembangan peraturan doping pada induk organisasi cabang olahraga; b) peningkatan pengawasan doping dalam olahraga; serta e) kampanye anti doping dan penyadaran pelaku olahraga akan bahaya penggunaan doping.

14. Pemberian Penghargaan Keolahragaan, yaitu: a) pemberian penghargaan bagi pelaku olahraga berprestasi, serta organisasi olahraga, lembaga pemerintah/swasta, dan perseorangan yang berjasa dalam memajukan olahraga; b) pemberian apresiasi dan penghargaan dalam bentuk kemitraan dengan pemerintah daerah, organisasi olahraga, organisasi lain, atau perseorangan.

Dalam pelaksanaan arah kebijakan dan strategi tersebut perlu didukung oleh :

1. Peningkatan kualitas manajemen dan pembiayaan kepemudaan dan keolahragaan, melalui (a) peningkatan kualitas koordinasi penyusunan, pengendalian, evaluasi, dan pelaporan realisasi program dan rencana anggaran; (b) peningkatan kinerja sumber daya manusia aparatur dan kelembagaan; serta (c) peningkatan pembinaan pengawasan kinerja dan keuangan.
2. Pengembangan sistem informasi dan pelayanan publik, melalui (a) peningkatan pembinaan hubungan kemasyarakatan dan kelembagaan; (b) peningkatan pelayanan informasi dan hukum; (c) peningkatan kualitas pelayanan pimpinan, umum, operasional, administrasi, dan perpustakaan; serta (d) peningkatan kualitas sarana dan prasarana pendukung pelayanan.
3. Peningkatan koordinasi, kerjasama, dan kemitraan lintas bidang, lintas sektor, lintas program, lintas pelaku, serta masyarakat dan dunia usaha, terutama di bidang kebudayaan, pariwisata, pendidikan, agama, sosial, kerja sama luar negeri, pemberdayaan perempuan, pertahanan, keamanan, pertanian,

perikanan, kelautan, kehutanan, perdagangan, perindustrian, kesehatan, tenaga kerja, koperasi, usaha kecil dan menengah, lingkungan hidup, serta pemerintahan daerah.

Sebagaimana dijelaskan diatas, bahwa dalam pelaksanaan arah kebijakan dan strategi Kementerian Pemuda dan Olahraga perlu didukung oleh pengembangan sistem informasi dan pelayanan publik berupa peningkatan pembinaan hubungan masyarakat dan kelembagaan serta peningkatan informasi. Hal tersebut didasari pada dua premis fundamental humas dalam instansi pemerintah, yaitu bahwa pemerintah yang demokratis harus menyampaikan kegiatannya kepada warga negara, dan bahwa adminintrasi pemerintahan yang efektif memerlukan partisipasi dan dukungan aktif dari warga Negara. Premis tersebut menunjukkan hubungan saling ketergantungan antara pemerintah dan warga Negara (Cutlip, 2005 : 388).

Suatu kebijakan pemerintah tidak akan sesuai kebutuhan rakyat jika tidak didasari oleh informasi yang lengkap dan utuh tentang kebutuhan masyarakat itu sendiri. Sebaliknya, sebaik apapun kebijakan suatu pemerintahan tidak akan dapat diimplementasikan dengan baik dan mencapai hasil yang terbaik jika tidak dikomunikasikan dan mendapat partisipasi dari rakyatnya. Dengan demikian peran humas dalam instansi pemerintah sangat strategis. Hal tersebut sejalan dengan pengertian humas sebagai berikut :

“Humas adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.” (Cutlip, Center, & Brown, 2005 : 5).

Kesuksesan atau kegagalan pelaksanaan strategi dan arah kebijakan suatu instansi pemerintah, dalam hal ini Kementerian Pemuda dan Olahraga, sangat erat dengan sejauhmana Kementerian Pemuda dan Olahraga mampu membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan seluruh pemangku kepentingan yang terkait dengan kebijakan tersebut. Untuk membangun dan mempertahankan hubungan baik tersebut mutlak diperlukan adanya upaya yang terencana dan berkesinambungan dari Kementerian Pemuda dan Olahraga, khususnya bagian dalam organisasi Kementerian Pemuda dan Olahraga yang mempunyai fungsi

kehumasan. Hal tersebut sebagaimana definisi humas terbitan *Institute of Public Relations (IPR)* berikut :

Keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara hubungan baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya." (dalam Anggoro, 2005 : 2).

Upaya terencana dan berkesinambungan tersebut diwujudkan dalam manajemen proses kehumasan yang dilakukan oleh suatu organisasi. Dalam organisasi Kementerian Pemuda dan Olahraga, fungsi dan tugas tersebut kehumasan dilakukan oleh Biro Humas; Hukum dan Kepegawaian sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Negara Pemuda dan Olahraga Nomor 193 tahun 2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pemuda dan Olahraga. Pada Bagian Kelima dalam peraturan tersebut disebutkan bahwa fungsi humas ditugaskan kepada Biro Hubungan Masyarakat, Hukum, dan Kepegawaian mempunyai tugas menyelenggarakan hubungan masyarakat, sistem informasi dan perpustakaan, penyusunan peraturan perundang-undangan dan bantuan hukum, serta administrasi kepegawaian.

Biro Hubungan Masyarakat, Hukum, dan Kepegawaian terdiri atas: Bagian Hubungan Masyarakat, Bagian Sistem Informasi dan Perpustakaan, Bagian Hukum, dan Bagian Kepegawaian. Selanjutnya, disebutkan bahwa fungsi Bagian Hubungan Masyarakat adalah : pelaksanaan hubungan dengan media massa, pelaksanaan peliputan dan dokumentasi, dan pelaksanaan publikasi.

Dalam melaksanakan fungsinya tersebut, Bagian Hubungan Masyarakat terdiri atas : Subbagian Hubungan Media Massa; Subbagian Peliputan dan Dokumentasi; dan Subbagian Publikasi. Tugas masing-masing subbagian adalah :

1. Subbagian Hubungan Media Massa mempunyai tugas melakukan komunikasi pemberitaan kepada media massa;
2. Subbagian Peliputan dan Dokumentasi mempunyai tugas melakukan peliputan dan pengelolaan dokumentasi;
3. Subbagian Publikasi mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan publikasi dan pemberitaan.

Guna melaksanakan manajemen kehumasan dengan baik, Bagian Hubungan Masyarakat Kementerian Pemuda dan Olahraga seharusnya melakukan serangkaian proses mulai dari pendefinisian masalah kehumasan, perencanaan dan program, pelaksanaan tindakan dan komunikasi, serta evaluasi program (Cutlip, Center & Broom, 2005 : 267). Rangkaian proses dimulai dari analisis situasi dan menentukan pernyataan masalah yang mengandung unsur : apa, dimana, kapan, siapa, bagaimana dan mengapa masalah tersebut terjadi, baik dari faktor internal maupun faktor eksternal organisasi. Selanjutnya dalam tahap selanjutnya, Bagian Humas menentukan tujuan dan sasaran dasar jangka panjang suatu organisasi, pengambilan rangkaian tindakan, dan pengalokasian sumberdaya yang perlu untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut. Dalam tahap ketiga, Bagian Humas menerapkan program tindakan dan komunikasi yang dirancang berdasarkan fakta dan perencanaan strategis pada tahap sebelumnya. Pada tahap akhir dalam rangkaian proses manajemen kehumasan adalah dilakukannya penelitian evaluasi mencakup penilaian persiapan, pelaksanaan, dan dampak program. Rangkaian proses inilah yang akan menentukan sejauhmana fungsi dan tugas kehumasan dilaksanakan.

Dalam pelaksanaan manajemen kehumasan, Bagian Hubungan Masyarakat Kementerian Pemuda dan Olahraga selain menjalankan rencana kerja kegiatan kehumasan yang telah ditetapkan, juga harus siap menangani permasalahan-permasalahan insidental diluar program kerja yang telah ditetapkan.. Beberapa kasus yang cukup mendapat sorotan publik dan terkait bidang kebijakan dari Kementerian Pemuda dan Olahraga adalah kasus kisruh PSSI, kasus konflik internal DPP KNPI dan kasus dugaan suap terkait pengadaan wisma atlet di Palembang. Ketiga contoh kasus diatas bersifat incidental namun sangat mempengaruhi citra Kementerian Pemuda dan Olahraga, sehingga sangat dituntut fungsi kehumasan yang efektif dalam mensikapi kasus-kasus seperti tersebut

Mengingat pentingnya pelaksanaan proses manajemen kehumasan tersebut terhadap pelaksanaan tugas dan fungsi bagian humas dan lebih jauh lagi terhadap implementasi kebijakan kepemudaan dan keolahragaan dari Kementerian Pemuda dan Olahraga, peneliti ingin menganalisis bagaimana proses manajemen kehumasan di Kementerian Pemuda dan Olahraga dilaksanakan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan beberapa deskripsi tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan terkait kehumasan Kementerian Pemuda dan Olahraga adalah bagaimana manajemen kehumasan di Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga dilaksanakan?

1.3. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah tersebut diatas, adalah menganalisa pelaksanaan manajemen kehumasan di Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis maupun manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memahami permasalahan yang berkaitan dengan program kehumasan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Kementerian Pemuda dan Olahraga sebagai bahan masukan dalam melaksanakan program kehumasan khususnya dalam pelaksanaan proses manajemen kehumasan di Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga agar lebih efektif.

Bagi penulis, penelitian ini akan bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan, wawasan, dan pengalaman praktis dalam hal kehumasan.

1.5. Sistematika Penulisan

Tesis ini disusun dalam lima bagian, yaitu :

- Bab I tentang bagian pendahuluan yang memuat latar belakang penelitian ini dilakukan, dilanjutkan dengan perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.
- Bab II tentang tinjauan pustaka yang menjelaskan konsep yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini, yaitu konsep tentang kehumasan, pengertian, ruang lingkup humas, peran dan tujuan humas, manajemen kehumasan dan konsep humas dalam lembaga pemerintah.
- Bab III tentang metode peneliti berisi uraian metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini. Mulai dari pemilihan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keterbatasan penelitian, dan operasionalisasi faktor-faktor.
- Bab IV tentang Pembahasan, berisi mengenai gambaran umum humas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga, dan pembahasan mengenai proses manajemen kehumasan di Kementerian Pemuda dan Olahraga yaitu mengenai pendefinisian masalah hubungan masyarakat, perencanaan dan program kehumasan, pelaksanaan tindakan dan komunikasi, serta evaluasi program kehumasan di Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga.
- .Bab V tentang Kesimpulan dan Saran, berisi kesimpulan yang didapat penulis dari analisis penelitian yang dilakukan dan saran yang diberikan penulis dari hasil penelitian tersebut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penelitian mengenai Analisis Proses Manajemen Kehumasan Kementerian Pemuda dan Olahraga, penulis menggunakan beberapa konsep yang terkait dengan konsep kehumasan, ruang lingkup humas, peran humas, tujuan humas, proses manajemen kehumasan dan humas dalam organisasi pemerintah.

2.1. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

2.1.1. Konsep Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat yang disingkat humas merupakan terjemahan bebas dari istilah *public relations*. Terdapat banyak definisi tentang humas. Menurut definisi kamus terbitan *Institute of Public Relations (IPR)*, humas adalah :

"Keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara hubungan baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya." (Anggoro, 2005 : 2).

Dari definisi tersebut, humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur.

Dalam definisi yang lain, Bertrand R. Canfield mendefinikan *public relations* adalah:

"Fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan aturan seseorang atau organisasi demi kepentingan publik dan melaksanakan sesuatu program kegiatan untuk memperoleh pengertian dan penerimaan publik". (Canfield, 1964:4).

Definisi tersebut menggambarkan bahwa humas adalah kegiatan dua arah, timbal balik antara organisasi dan publiknya dengan tujuan memperoleh pengertian dan penerimaan yang tepat sesuai yang diharapkan oleh organisasi.

Pada tahun 1978, hasil kajian Dr. Rex Harlow atas 472 lebih definisi Humas menyatakan bahwa definisi dari *Public Relations* adalah :

“ fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara dengan publiknya, menyangkut aktifitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.” (Effendy, 1978)

Definisi lebih baru yang didefinisikan oleh Cutlip, Center, & Brown dalam bukunya *Effective Public Relation* :

“humas adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.” (Cutlip, Center, & Brown, 2005 : 5).

Dari (definisi tersebut, fungsi manajemen memiliki berbagai ragam aktifitas dan tujuan dalam praktek hubungan masyarakat. Definisi tersebut juga mengidentifikasi pembentukan dan pemeliharaan hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat sebagai dasar moral dan etika profesi humas.

Dari beberapa definisi tentang humas yang ada, terdapat beberapa kesamaan pokok pikiran tentang humas, yaitu :

1. Humas merupakan suatu kegiatan yang untuk memperoleh goodwill, kepercayaan, saling pengertian dan citra yang baik dari publik/masyarakat;
2. Sasaran humas adalah menciptakan opini publik yang *favourable*, menguntungkan semua pihak.
3. Humas merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen guna mencapai tujuan spesifik dari organisasi atau perusahaan;
4. Humas adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan/organisasi dengan masyarakat melalui suatu proses komunikasi timbal balik atau dua arah.

2. 1. 2. Ruang Lingkup Hubungan Masyarakat

Dalam aktivitasnya, *Public Relations* berusaha menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two – way communication*) antara organisasi dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, dan sebagainya, demi kemajuan organisasi atau citra positif bagi organisasi tersebut.

Terkait ruang lingkup kegiatan humas diatas, sasaran kegiatan humas dapat dibagi menjadi dua, yaitu :

1. *Internal Public Relations*, adalah orang-orang yang berada atau tercakup oleh lembaga / instansi, seluruh pegawai mulai dari staf sampai karyawan bawahan. Ruang lingkungnya meliputi:

- a. *Employee Relations* (Hubungan dengan para pekerja)

Para pekerja di sini merupakan bagian yang berperan penting untuk mencapai tujuan perusahaan atau suatu instansi. Oleh karena itu, mereka harus dirangkul dengan membuat dan mempertahankan hubungan baik agar para pekerja juga dapat memberikan potensi terbaik mereka untuk kemajuan perusahaan. Caranya dengan berkomunikasi dengan mereka secara pribadi untuk mengetahui apa yang mereka inginkan atau bahkan yang mereka keluhkan dalam pekerjaannya yang dapat menghambat kemajuan perusahaan.

- b. *Stockholder Relations* (Hubungan dengan para pemegang saham)

Dalam hal ini hubungan baik harus dibina dengan para pemegang saham. Mereka yang membantu perusahaan atau suatu instansi tetap bertahan. Hubungan yang terjadi haruslah hubungan yang sangat baik. Tidak peduli besar atau kecilnya saham mereka.

c. *Labour relations* (Hubungan dengan para buruh)

Dalam hal ini seorang PR bertugas untuk menjaga hubungan baik antara pimpinan dengan para buruh. Hal ini dilakukan untuk menjaga terjadinya kesalahpahaman dan hubungan yang buruk antara atasan dan bawahan.

d. *Manager relations* (Hubungan dengan para manajer)

Manajer adalah orang-orang terpilih yang berandil besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, hubungan baik harus dijaga. Caranya bisa dengan memberikan tunjangan jabatan, adanya *coffee morning*, mobil dinas, rumah dinas, dan lain sebagainya.

e. *Human relations* (Hubungan sesama manusia)

Ini menyangkut hubungan yang baik yang harus dibina oleh perusahaan dengan seluruh warga perusahaan sebagai manusia agar timbul rasa persaudaraan, kesetiakawanan, dan nantinya akan memunculkan *team work* yang baik untuk mencapai tujuan instansi atau perusahaan.

2. *Eksternal Public Relations*, adalah orang-orang yang ada di luar lembaga / instansi yang ada hubungannya dan di harapkan ada hubungannya. Ini adalah tugas seorang humas dalam menjaga hubungan baik dengan pihak luar. Hal ini untuk menciptakan nama baik yang sangat penting untuk perusahaan atau instansi. Bentuk-bentuk hubungannya yaitu sebagai berikut.

a. *Press relations*

Kegiatannya meliputi *press release*, *press conference*, *press interview*, *press room*, *press reception*, dan adanya *press tour*.

b. *Government relations*

Menjaga hubungan baik dengan pemerintah diperlukan karena akan banyak sekali kepentingan-kepentingan yang di dalamnya terdapat peran pemerintah. Salah satu caranya dengan mensponsori kegiatan-kegiatan pemerintahan.

c. *Community relations*

Menjaga hubungan baik dengan warga setempat agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Salah satu caranya dengan memberikan beasiswa.

d. *Customer relations*

Menjaga hubungan baik dengan para pelanggan karena mereka adalah aset terbesar yang menguntungkan perusahaan. Caranya dengan memberikan kalender, *merchandise*, dan sebagainya.

e. *Consumer relations*

Menjaga hubungan baik dengan para konsumen agar apa yang kita pasarkan dapat diterima baik oleh konsumen. Caranya dengan memberikan info yang lengkap mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.

2.1.3. Peran Hubungan Masyarakat

Terkait peran humas, Cutlip, Center, & Brown menjabarkan empat peran besar hubungan masyarakat, yaitu :

1. Sebagai Teknisi Komunikasi (*Technician communication*)

Dalam peran ini, humas terbatas pada hal teknis memproduksi dan menerapkan program kegiatan yang telah ditetapkan oleh manajemen, terlibat dalam menentukan kebijakan manajemen dan tidak memegang peran strategis.

2. Sebagai Penentu Ahli (*Expert prescriber*)

Dalam peran ini, humas dianggap sebagai pihak yang berwenang atas masalah dan penyelesaian hubungan masyarakat. Tugasnya mendefinisikan masalah, mengembangkan program, dan bertanggungjawab penuh atas penerapannya.

3. Sebagai Fasilitator Komunikasi (*Communication facilitator*)

Dalam peran ini sebagai fasilitator komunikasi, humas berfungsi sebagai penghubung, penerjemah dan mediator antara organisasi dan publik. Termasuk mengelola komunikasi dua arah, memfasilitasi perubahan dengan menyingkirkan rintangan dalam hubungan, dan membuat saluran

komunikasi tetap terbuka. Tujuannya adalah menyediakan informasi yang diperlukan manajemen organisasi maupun public, sehingga dapat membuat keputusan yang saling menguntungkan.

4. Sebagai Fasilitator Pemecahan Masalah (*Problem solving process facilitator*)

Dalam peran ini, humas turut berperan dalam pemecahan masalah, bekerjasama dengan bagian lain dalam mendefinisikan dan menyelesaikan masalah. Dalam peran ini, humas termasuk dalam posisi strategis manajemen yang turut menentukan pengambilan kebijakan manajemen. (Cutlif, Center & Broom, 1998 :32).

2.1.4. Tujuan Hubungan Masyarakat

Tujuan utama *Public Relations* adalah untuk mempengaruhi publiknya, antara lain sejauh mana mereka mengenal dan mengetahui kegiatan lembaga atau instansi yang diwakilinya, yang ada akhirnya menjadi dikenal dan disukai publikasinya.

Dalam hal ini untuk mencapai tujuannya, seorang *Public Relations* harus mengembangkan *goodwill* dan memperoleh *opini public yang favourable* atau menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik. Kegiatan *Public Relations* harus di kerahkan ke dalam (*Internal Public Relations*) dan ke luar (*Eksternal Public Relations*).

Secara universal tujuan *Public Relations* itu adalah “untuk menciptakan, memelihara, meningkatkan dan memperbaiki citra perusahaan atau organisasi dimata publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi dari pada publik yang bersangkutan”.

2.1.5. Proses Manajemen Kehumasan

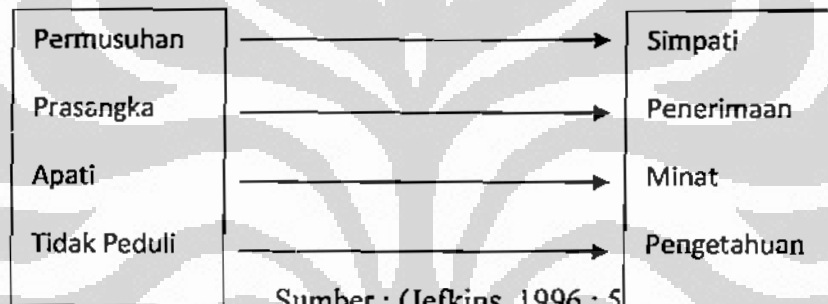
Cutlip, Center & Broom (2005 : 267) menerapkan empat langkah dalam proses manajemen kehumasan, yaitu :

1. Mendefinisikan masalah (atau peluang).

Suatu program yang baik dilandasi oleh pemahaman yang benar dan menyeluruh tentang situasi yang ada. Dari pemahaman tersebut akan

mampu mendefinisikan masalah yang sebenarnya dihadapi. Selain itu, pemahaman situasi pada dasarnya juga ditujukan dalam upaya untuk menumbuhkan pemahaman timbal balik antara organisasi dengan segenap khalayaknya sehingga dapat terjadi proses transfer humas dari sikap negative menjadi sikap positif, yaitu : mengubah permusuhan menjadi simpati, mengubah prasangka menjadi penerimaan, mengubah apatis menjadi minat, dan mengubah ketidakpedulian menjadi pengetahuan. (Jefkisin, 1996 : 52)

Bagan 1
Proses Transfer Humas



Sumber : (Jefkins, 1996 : 52)

Langkah ini memberi landasan bagi semua langkah proses pemecahan masalah lainnya dengan melakukan analisis situasi dan menentukan pernyataan masalah yang mengandung unsur : apa, dimana, kapan, siapa, bagaimana dan mengapa masalah tersebut terjadi, baik dari faktor internal maupun faktor eksternal organisasi. Dari analisis situasi yang lengkap dan akurat tersebut akan memudahkan dalam menentukan urutan prioritas dan dalam menentukan isi pesan yang dibutuhkan oleh setiap sasaran dalam perencanaan program kehumasan.

Selain itu, analisis yang rinci mengenai faktor internal dan faktor eksternal dalam situasi masalah akan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam menilai kekuatan (Strength, S) dan kelemahan (weakness, W) organisasi, dan untuk mengidentifikasi peluang (opportunity, O) dan ancaman (threat, T) dalam lingkungan eksternal.

Mengacu pada analisa SWOT, ada beberapa pendekatan strategis yang secara logis berasal dari kerangka analitis ini, yaitu :

1. Strategi SO yang dibangun dari kekuatan organisasi untuk mengambil keuntungan dari peluang dalam lingkungan eksternal.
2. Strategi ST juga dibangun dari kekuatan organisasi untuk menghadapi ancaman dalam lingkungan eksternal.
3. Strategi WO mencoba meminimalisir kelemahan organisasi demi mengambil keuntungan dari peluang eksternal.
4. Strategi WT mencoba meminimalisir kelemahan organisasi maupun ancaman lingkungan.

Selain pendekatan analisis SWOT, teknik analisis lainnya yang dapat digunakan adalah analisa kekuatan lapangan. Dalam teknik ini, penelitian situasi ini akan mengukur tentang kekuatan negatif yang ikut memicu terjadinya masalah, serta kekuatan positif yang dapat meringankan atau menyelesaikan masalah. Penelitian atas kekuatan internal dan eksternal membantu menentukan sampai dimana masing-masing member sumbangan positif atau negatif bagi situasi masalah. Hasil analisis kekuatan lapangan akan melahirkan rancangan keputusan strategis untuk meminimalisasi atau menetralkan dampak dari kekuatan negatif, serta untuk memaksimalkan atau meningkatkan kontribusi kekuatan positif.

Langkah pertama ini dilakukan dengan penelitian untuk mengumpulkan informasi yang sistematis untuk menggambarkan dan memahami situasi, serta untuk memeriksa asumsi tentang publik dan konsekuensi hubungan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengurangi ketidakpastian dalam pembuatan keputusan sehingga tidak ada kegiatan humas yang dilakukan hanya berdasarkan asumsi dan prasangka. Ada dua metode penelitian yang dapat digunakan dalam langkah pertama ini, yaitu :

1. Metode Informal atau “eksplorasi”

Metode informal berguna jika dianggap baik untuk deteksi dan eksplorasi situasi masalah, serta untuk penelitian dan strategi program prauji. Namun metode ini dianggap salah pakai jika hasilnya digunakan untuk dasar perencanaan dan evaluasi program yang berasumsi sudah mewakili publik sasaran.

Beberapa metode informal yang digunakan antara lain :

a. Kontak Pribadi;

Dilakukan dengan melakukan kontak pribadi langsung kepada publik sasaran.

b. Informan Utama;

Dilakukan dengan pemilihan dan wawancara dengan pemimpin, pakar ataupun orang yang berpengaruh. Lazimnya dilakukan dengan diskusi terbuka dengan individu terpilih yang didorong untuk berbicara tentang masalah atau isu tertentu.

c. Kelompok Fokus dan Forum Komunitas;

Dilakukan dengan memakai kelompok sebagai sarana untuk mengeksplorasi gagasan dan umpan balik terhadap sebuah program.

d. Komite dan Dewan Penasehat;

Dilakukan dengan menjadikan komite atau dewan penasehat sebagai sarana untuk melihat reaksi dan perspektif terhadap program dan isu jangka panjang.

e. Ombudsman;

Dilakukan dengan menjadikan ombudsman sebagai sarana untuk memperoleh informasi mengenai reaksi dan pandangan publik sasaran mengenai organisasi;

f. Jalur Telepon Masuk;

Dilakukan dengan memanfaatkan data telepon mauku

g. **Analisa Surat;**

Dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari surat masuk secara berkala. Korespondensi dengan publik sasaran akan berguna untuk mendeteksi kepentingan masalah, serta mengetahui kebutuhan publik sasaran akan informasi.

h. **Sumber *on-line*;**

Dilakukan dengan memantau percakapan online seputar organisasi tersebut.

i. **Laporan Lapangan.**

Dilakukan dengan menganalisis data laporan-laporan mengenai kegiatan yang telah dilakukan oleh organisasi.

2. **Metode Formal**

Metode formal dirancang untuk pengumpulan data dari sampel yang representatif secara ilmiah. Metode formal antara lain:

a. **Analisis Sekunder dan *Database On-line***

Dilakukan dengan memakai ulang data yang dikumpulkan orang lain, yang sering dimaksudkan untuk tujuan lain.

b. **Analisis Isi**

Yaitu penerapan prosedur sistematis untuk menentukan secara objektif hal yang sedang diberitakan oleh media. Dasar analisis isi antara lain menggunakan kliping pers dan laporan pemantauan siaran.

c. **Survei**

Dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan baik dikirim melalui media cetak ataupun elektronik, maupun dengan wawancara tatap muka. Keberhasilan survey bergantung pada prosedur sampling yang dipakai, pertanyaan yang diajukan dan cara pertanyaan diajukan.

2. Membuat rencana dan program.

Dalam fase ini, dibuat keputusan-keputusan strategis dasar yang akan menentukan keefektifan taktik-taktik yang digunakan dalam fase tindakan dan komunikasi. Strategis dalam hal ini didefinisikan sebagai penentuan tujuan dan sasaran dasar jangka panjang suatu organisasi, pengambilan rangkaian tindakan, dan pengalokasian sumberdaya yang perlu untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut.

Dalam fase rencana dan program diharapkan dapat menghasilkan perencanaan jangka panjang yang memenuhi unsur berikut :

1. Program yang terpadu dengan usaha total yang menghasilkan pencapaian tujuan spesifik yang nyata;
2. Partisipasi dan dukungan manajemen yang meningkat;
3. Penekanan program yang positif; dan
4. Pertimbangan yang seksama atas pilihan tema, waktu dan taktik.

Proses dalam perencanaan dan pembuatan program meliputi langkah-langkah berikut ini :

1. Mendefinisikan peran dan misi. Menentukan sifat dan cakupan pekerjaan yang akan dilakukan;
2. Menentukan bidang hasil utama. Menentukan dimana akan menginvestasikan waktu, tenaga dan bakat;
3. Mengenali dan menspesifikasikan indikator efektifitas. Menentukan faktor yang bisa diukur untuk menetapkan sasaran;
4. Memilih dan menetapkan sasaran. Menentukan hasil yang akan diwujudkan.
5. Mempersiapkan rencana tindakan. Menentukan cara mencapai sasaran khusus, meliputi : membuat program, membuat jadwal, membuat anggaran, menetapkan pertanggungjawaban, dan meninjau serta menata ulang;

6. Menetapkan kendali. Memastikan pencapaian sasaran yang efektif;
7. Berkomunikasi. Menentukan komunikasi yang perlu dalam organisasi untuk mencapai pemahaman dan komitmen dari langkah sebelumnya;
8. Menerapkan. Memastikan kesepakatan diantara semua orang kunci yang perlu untuk berkomitmen pada usaha itu, pendekatan yang akan dipilih, pihak yang dilibatkan, dan langkah tindakan yang diperlukan.

3. Bertindak dan berkomunikasi.

Langkah ketiga dari proses manajemen hubungan masyarakat adalah penerapan program tindakan dan komunikasi yang dirancang berdasarkan fakta dan perencanaan strategis pada tahap sebelumnya untuk mencapai tujuan spesifik bagi setiap public demi mencapai tujuan program yang telah dibuatkan.

Komponen tindakan strategi yang harus dilakukan dalam tahap ini adalah :

1. Bertindak dengan tanggap dan bertanggung jawab, antara lain dengan turut segera melakukan tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah yang timbul dalam organisasi;
2. Mengkoordinasikan tindakan dan komunikasi yang dilakukan kepada semua pihak yang berkepentingan;
3. Tindakan sebagai tanggapan terhadap sistem terbuka.

Selain itu, dalam tahap ini juga diperlukan komunikasi strategi, antara lain dalam hal membingkai pesan. Asas pertama pembingkai isi pesan untuk upaya komunikasi adalah pengetahuan tentang organisasi maupun publik sasaran. Asas kedua adalah pengetahuan tentang kebutuhan, kepentingan, dan kerisauan publik sasaran. Komunikasi yang efektif harus dirancang menurut situasi, waktu, tempat dan khalayak sasarannya. Empat fakta fundamental yang diperlukan dalam strategi pembingkai pesan adalah :

1. Khalayak terdiri dari orang-orang yang berbeda latar belakang. Konsekuensinya, setiap orang bergantung pada banyak pengaruh, sementara lazimnya pesan dari komunikator hanya merupakan sumber pengaruh yang kecil;
2. Orang cenderung membaca, menonton, atau mendengarkan komunikasi yang menyajikan sudut pandang yang menarik simpati atau memiliki keterkaitan pribadi;
3. Media menciptakan komunitas yang terpisah-pisah;
4. Media mempunyai banyak sekali jenis efek terhadap pengetahuan, kecenderungan, dan perilaku individu dan kolektif, dan tidak semua efek itu bisa diukur.

Dalam tahap ini, yang perlu diperhatikan juga adalah mengenai semantic atau arti kata, lambang, stereotip dan hambatan dalam melakukan tindakan dan komunikasi. Selain itu juga terdapat asas utama dalam mengimplementasikan program hubungan masyarakat, yaitu :

1. *Credibility* (Kredibilitas). Komunikasi dimulai dengan kepercayaan yang dibangun dengan kinerja organisasi. Penerima harus memiliki kepercayaan pada pengirim dan pandangan yang tinggi terhadap kompetensi sumber atas subyeknya.
2. *Context* (Konteks). Program komunikasi harus sesuai dengan kenyataan lingkungan.
3. *Content* (Isi). Pesan harus memiliki arti bagi penerimanya, dan sesuai dengan system nilainya.
4. *Clarity* (Kejelasan). Pesan harus berbentuk istilah sederhana yang sama artinya bagi penerima dan pengirim.
5. *Continuity* dan *consistency* (Kekinambungan dan Kekonsistenan). Komunikasi sebagai proses tanpa akhir yang harus konsisten.
6. *Channels* (Saluran). Saluran komunikasi yang sudah ada sebaiknya digunakan yaitu saluran yang digunakan dan dihargai penerima.

7. *Capability of the Audience* (Kesanggupan khalayak).

Komunikasi harus memperhitungkan kesanggupan khalayak.

4. Mengevaluasi program.

Langkah terakhir yang disebut juga sebagai penelitian evaluasi mencakup penilaian persiapan, pelaksanaan, dan dampak program. Persoalan dasar dalam tahap ini adalah mengenai :

1. Konseptualisasi dan rancangan program;

Dalam hal ini adalah evaluasi tahap persiapan, kriterianya antara lain:

- a. Kecukupan informasi dasar yang menjadi latar belakang untuk merancang program;
- b. Ketepatan isi pesan dan aktifitas;
- c. Kualitas presentasi pesan dan aktifitas.

2. Pemantauan dan akuntabilitas implementasi program;

Kriteria yang digunakan antara lain :

- a. Jumlah pesan yang dikirimkan ke media dan aktifitas yang dirancang;
- b. Jumlah pesan yang ditempatkan dan aktifitas yang diterapkan;
- c. Jumlah yang menerima pesan dan aktifitas;
- d. Jumlah yang mendengar pesan dan mengikuti aktifitas.

3. Penilaian kegunaan program, baik dampak maupun efisiensinya.

Kriteria yang digunakan antara lain :

- a. Jumlah yang mempelajari isi pesan;
- b. Jumlah yang mengubah opini;
- c. Jumlah yang mengubah sikap;
- d. Jumlah yang berperilaku sebagaimana dikehendaki;
- e. Jumlah yang mengurangi perilaku;
- f. Perubahan sosial dan budaya.

Persoalan dasar tersebut kemudian diuraikan dalam langkah proses evaluasi sebagai berikut :

1. Penetapan kesepakatan atas penggunaan dan maksud evaluasi.

2. Komitmen organisasi untuk evaluasi dan menjadikan penelitian sebagai hal yang mendasar dari program.
3. Pengembangan consensus mengenai penelitian evaluasi didalam unit.
4. Sasaran program ditulis dalam istilah yang dapat diobservasi dan diukur.
5. Penetapan eriteria yang tepat.
6. Penetapan cara terbaik dalam pengumpulan bukti.
7. Pembuatan eatatan program yagn tetap lengkap.
8. Penggunaan temuan evaluasi dalam setiap siklus program.
9. Penyampaian hasil evaluasi kepada manajemen.
10. Penambahan pengetahuan professional.

4.1. Hubungan Masyarakat pada Pemerintah

Humas dalam instansi pemerintah didasari pada premis fundamental bahwa pemerintah yang demokratis harus menyampaikan kegiatannyakepada warga Negara, dan bahwa adminintrasi pemerintahan yang efektif memerlukan partisipasi dan dukungan aktif dari warga Negara. Premis tersebut menunjukan hubungan saling ketergantungan antara pemerintah dan warga Negara.¹

Humas dalam lembaga pemerintah di Indonesia merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi tentang kebijakan, program dan kegiatan-kegiatan lembaga pemerintah kepada masyarakat. (Rachmadi, 1992:77).

Dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor : PER/12/M.PAN/08/Tahun 2007 tentang Pedoman Pedoman Umum Hubungan Masyarakat di Lingkungan Institusi Pemerintah, disebutkan bahwa peran hubungan masyarakat di lingkungan instansi pemerintah adalah :

1. Pembangunan hubungan internal eksternal;

¹¹ Ibid hal. 388.

2. Penyelenggaraan pertemuan antar instansi;
3. Institusi yang tidak diskriminatif;
4. Penyelenggara koordinasi antar instansi;
5. Penyedia informasi pemerintah;
6. Pengatur pertemuan instansi pemerintah dengan media masa;
7. Pendorong upaya pemberdayaan masyarakat;
8. Pengelola sarana dan prasarana kehumasan pemerintah;
9. Pembentuk citra positif instansi pemerintah;
10. Penyebar informasi pembangunan dan pemerintahan.

Dalam Panduan Umum Humas Pemerintah yang diterbitkan oleh Depkominfo tahun 2008, Misi Humas Pemerintah adalah membangun citra dan reputasi positif, membentuk opini public, menampung dan mengolah pesan & opini masyarakat, mengklasifikasi informasi di masyarakat, dan mensosialisasikan kebijakan dan program pemerintah.

Sedangkan, fungsi pokok Humas Pemerintah dalam panduan tersebut adalah mengamankan kebijakan, memberikan pelayanan dan memberikan info mengenai kebijakan & program pemerintah, menjadi komunikator dan fasilitator antara pemerintah dan *stakeholder*, berperan menciptakan iklim kondusif jangka pendek dan jangka panjang.

Tugas Humas Pemerintah antara lain adalah mempelajari hasrat masyarakat, memberikan saran mengenai apa yang dikehendaki publik kepada instansi, mengusahakan hubungan yang positif antara pemerintah & publik; dan menginformasikan apa yang telah dilakukan oleh instansi tersebut.

Strategi Humas yang dapat dilakukan Pemerintah antara lain :

1. Pembangunan hubungan internal & eksternal;
2. Penyelenggara pertemuan antar instansi ;
3. Institusi yang tidak diskriminatif;
4. Penyelenggara koordinasi antar instansi;
5. Penyedia informasi pemerintah;
6. Pengatur pertemuan instansi pemerintah dengan media massa; dan
7. Pendorong upaya pemberdayaan masyarakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan secara umum mengenai pemilihan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, dan operasionalisasi faktor-faktor. Metode penelitian tentang Analisis Proses Manajemen Kehumasan Kementerian Pemuda dan Olahraga adalah sebagai berikut :

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif memusatkan perhatian pada proses yang berlangsung. Peneliti terutama tertarik untuk memahami bagaimana sesuatu terjadi (Fraenkel & Wallen, 1990); Merriam 1988). Selain itu, penelitian kualitatif merupakan sebuah desain penelitian berkembang dalam hal hasilnya. Pengertian dan interpretasi dinegosiasikan dengan sumber data manusia karena realitas subjek-lah yang ingin difahami peneliti (Lineo!n & Guba (1985); Meriam 1988).

Peneliti memilih pendekatan kualitatif dengan pertimbangan bahwa penelitian ini memerlukan data yang bersifat informasi kualitatif, sehingga dapat memahami substansi bagaimana proses manajemen kehumasan Kementerian Pemuda dan Olahraga secara mendalam dan utuh.

Selain itu, pendekatan kualitatif dipilih penulis karena dengan pendekatan tersebut penulis dapat memahami proses proses manajemen kehumasan Kementerian Pemuda dan Olahraga dengan gambaran holistik lengkap yang dibentuk dengan kata-kata, berdasarkan pandangan informan yang dilaporkan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar ilmiah. (Cresswell, 1994)

3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada Maret – Juli 2011. Lokasi penelitian ini adalah di Kementerian Pemuda dan Olahraga. Informan dalam penelitian ini adalah unsur yang pernah, sedang terlibat dan atau memiliki

pengetahuan terkait permasalahan proses manajemen kehumasan di Kementerian Pemuda dan Olahraga, antara lain Staf Ahli Bidang Komunikasi dan Informasi Pemuda dan Olahraga, Kepala Biro Hukum, Hubungan Masyarakat dan Organisasi Tata Laksana, Kepala Bagian Hubungan Masyarakat, dan Kepala Sub Bagian Peliputan dan Pemberitaan di Kementerian Pemuda dan Olahraga.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data berperan penting dalam menghasilkan dan memperoleh data yang akurat sesuai kebutuhan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Teknik pengumpulan data bertujuan untuk mencari dan menentukan informasi yang sesuai dengan topik penelitian, sehingga dapat menjelaskan permasalahan secara objektif. Data yang digunakan dalam penelitian ini menurut cara memperolehnya (sumber data) dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu :

3.3.1. Pengumpulan Data Sekunder

Cara kerja yang dilakukan pertama adalah penelusuran dokumen yaitu mengumpulkan berbagai keterangan dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang hendak diteliti melalui penelusuran kepustakaan yang diperoleh dari laporan-laporan yang ada di Kementerian Pemuda dan Olahraga. Data sekunder yang dikumpulkan antara lain adalah profil Kementerian Pemuda dan Olahraga, Rencana Strategis Kementerian Pemuda dan Olahraga tahun 2010-2014, Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah tahun 2008, 2009 dan 2010, pedoman pelaksanaan teknis penyelenggaraan informasi dan komunikasi di lingkungan Kemenpora, standarisasi pernyataan pers di lingkungan Kemenpora, dan program kerja Staf Ahli Bidang Informasi dan Komunikasi Pemuda dan Olahraga.

3.3.2. Pengumpulan Data Primer

Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam (*dept interview*). Wawancara dilakukan melalui pertanyaan tak terstruktur, peneliti menyiapkan panduan wawancara dan pada saat wawancara dilakukan, peneliti dapat mengembangkannya sesuai kondisi yang berkembang dalam wawancara (*in-dept interviewing*). Peneliti mengajukan pertanyaan yang bersifat terbuka (*open-ended*), mengarah pada kedalaman informasi.

Untuk data primer, didapatkan melalui wawancara mendalam dengan beberapa narasumber sebagai berikut :

1. Staf Ahli Bidang Komunikasi dan Informasi Pemuda dan Olahraga;
2. Kepala Biro Hukum, Hubungan Masyarakat dan Organisasi Tata Laksana Periode 2007-2010;
3. Pelaksana Harian Kepala Bagian Hubungan Masyarakat Periode 2007-2010;
4. Kepala Sub Bagian Peliputan dan Pemberitaan.

3.4. Analisis Data

Dengan pendekatan penelitian kualitatif, maka analisa yang akan dipergunakan adalah analisis induktif, yaitu dengan mendalami fakta-fakta proses manajemen kchumasan di Kementerian Pemuda dan Olahraga.

Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan yaitu :

1. Mempelajari seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber baik yang didapat dari penelusuran dokumen maupun wawancara.
2. Mengadakan reduksi data dengan jalan membuat abstraksi, berupa rangkuman inti dan ringkasan terhadap substansi berbagai dokumen maupun transkrip wawancara.
3. Membuat satuan-satuan dan kategorisasi. Kategorisasi dilakukan berdasarkan atas pikiranm intiuisi, pendapat dan criteria tertentu terhadap data dan narasumber yan diperoleh. Pada proses ini peneliti membuat

ringkasan mengenai keterangan atau pendapat narasumber terkait aspek-aspek penelitian tersebut.

4. Melakukan koding, yaitu melakukan penandaan secara konsisten terhadap seluruh narasumber berdasarkan kasus dan urutan wawaneara. Dengan demikian peneliti dapat melacak informasi tertentu walaupun informasi tersebut telah didistribusikan ke dalam kelompok-kelompok pendapat yang berbeda pada aspek penelitian.
5. Melakukan pemeriksaan keabsahan data. Pada tahap ini peneliti melakukan pemeriksaan kembali apakah data-data yang diabstraksikan disusun dalam kategori-kategori dan telah dilakukan penandaan telah sepenuhnya konsisten. Peneliti juga melakukan triangulasi data primer dengan data-data dokumen lainnya.

Setelah tahapan-tahapan di atas, peneliti melakukan analisis data dan perafsiran data. Analisis tentang Proses Hubungan Masyarakat di Kementerian Pemuda dan Olahraga menggunakan Empat Langkah Proses Hubungan Masyarakat (Cutlip, Center & Broom, 2005). Kemudian mengelolanya ke dalam pemaparan yang kritis bersifat deskripsi analitik. Deskripsi ini memuat sejumlah narasi mengenai proses, temuan dan kecenderungan yang menonjol dalam hasil penelitian. Analisis akan memuat sejumlah narasi mengenai berbagai temuan terkait proses manajemen kehumasan di Kementerian Pemuda dan Olahraga, berbagai narasi mengenai temuan tersebut, diuraikan sebagai hasil pembahasan, kesimpulan dan saran.

3.5. Operasionalisasi Faktor-Faktor Penelitian

Adapun untuk menganalisa proses manajemen kehumasan di Kementerian Pemuda dan Olahraga, penulis mengacu pada Proses Hubungan Masyarakat yang ditulis oleh Cutlip, Center & Broom (Cutlip, Center & Broom, 2005) sebagai berikut :

No.	Faktor-Faktor yang Diamati	Jenis Data	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data	Penilaian	
					Peneliti	Infor man Kunci
1	2	3	4	5	6	7
1	<p>Proses Manajemen Kehumasan : Mendefinisikan Masalah Hubungan Masyarakat</p> <p>Indikator : Dilakukannya proses analisis situasi terhadap faktor internal dan faktor eksternal; Adanya penelitian sistematis; Penggunaan metode penelitian.</p>	Primer dan sekunder	<p>Staf Ahli Bidang Komunikasi dan Informasi Pemuda dan Olahraga, Kepala Biro Hukum, Hubungan Masyarakat dan Organisasi Tata Laksana Periode 2008-2010, Kepala Bagian Hubungan Masyarakat Periode 2008-2010.</p>	Wawancara mendalam, studi dokumen	<p>Parameter : jika dilakukan proses analisis situasi dengan menggunakan metode penelitian yang sistematis maka dinilai baik, jika ada analisis situasi tapi tidak menggunakan metode yang sistematis maka dinilai kurang baik, dan jika tidak dilakukan analisis situasi maka dinilai tidak baik.</p>	Triangulasi

1	2	3	4	5	6	7
2	<p>Rencana dan Program</p> <p>Indikator :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kesesuaian antara rencana dan program dengan hasil analisis situasi; - Adanya rencana dan program yang mengandung: <ul style="list-style-type: none"> a. pernyataan misi; b. manajemen berdasarkan sasaran; c. strategi; d. anggaran. 	<p>Primer dan sekunder</p>	<p>Staf Ahli Bidang Komunikasi & Informasi Pemuda dan Olahraga, Kepala Biro Hukum, Hubungan Masyarakat dan Organisasi Tata Laksana Periode 2008-2010, Kepala Bagian Hubungan Masyarakat Periode 2008-2010, Kepala Sub Bagian Peliputan dan Pemberitaan.</p>	<p>Wawancara mendalam, studi dokumen</p>	<p>Parameter : jika dilakukan proses ini dengan menggunakan hasil analisis situasi dan program yang dibuat memuat pernyataan misi, manajemen berdasarkan sasaran, strategi dan anggaran yang sesuai, maka dinilai baik. Jika tahap ini tapi tidak menggunakan hasil analisis situasi & tidak lengkap unsur rencana dan program, maka dinilai kurang baik. Jika tidak dilakukan tahap ini, maka dinilai tidak baik.</p>	

3	<p>Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi</p> <p>Indikator :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kesesuaian antara tindakan dan komunikasi yang diambil dengan hasil rencana dan program; - Adanya koordinasi tindakan dan komunikasi; - Adanya implementasi strategi. 	<p>Primer dan sekunder</p>	<p>Staf Ahli Bidang Komunikasi dan Informasi Pemuda dan Olahraga, Kepala Biro Hukum, Hubungan Masyarakat dan Organisasi Tata Laksana Periode 2008-2010, Kepala Bagian Hubungan Masyarakat Periode 2008-2010, Kepala Sub Bagian Publikasi dan Pemberitaan.</p>	<p>Wawancara mendalam, studi dokumen</p>	<p>Parameter : jika dilakukan proses ini dengan menggunakan hasil proses reneana dan program serta ada koordinasi dan implementasi strategi, maka dinilai baik. Jika dilakukan proses ini tapi tidak menggunakan hasil proses reneana dan program serta tidak ada koordinasi & implementasi, maka dinilai kurang baik. Jika tidak dilakukan proses tindakan & komunikasi, maka dinilai tidak baik.</p>	<p>Triangulasi</p>
---	--	----------------------------	---	--	--	--------------------

4	<p>Mengevaluasi Program</p> <p>Indikator :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adanya evaluasi terhadap program yang telah dilaksanakan; a. Kesesuaian konseptualisasi dan rancangan program; b. Akuntabilitas implementasi program; c. Penilaian kegunaan program (dampak dan efisiensi program). 	Primer dan sekunder	Kepala Biro Hukum, Hubungan Masyarakat dan Organisasi Tata Laksana Periode 2008-2010, Kepala Bagian Hubungan Masyarakat Periode 2008-2010.	Wawancara mendalam, studi dokumen	<p>Parameter :</p> <p>jika dilakukan proses evaluasi program di setiap fase (persiapan, implementasi, dan dampak program), maka dinilai baik. Jika dilakukan proses evaluasi program tapi tidak di setiap fase, maka dinilai kurang baik. Jika tidak dilakukan proses evaluasi, maka dinilai tidak baik.</p>	Triangulasi
---	---	---------------------	--	-----------------------------------	--	-------------

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai gambaran umum humas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga, dan pembahasan mengenai proses manajemen kehumasan di Kementerian Pemuda dan Olahraga yaitu mengenai pendefinisian masalah hubungan masyarakat, perencanaan dan program kehumasan, pelaksanaan tindakan dan komunikasi, serta evaluasi program kehumasan di Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga.

4.1. Gambaran Umum Bagian Humas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga

Tata kelola hubungan masyarakat di lingkungan Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga diatur dalam Peraturan Menteri Negara Pemuda dan Olahraga Nomor : PER.0418/MENPORA/12/2008. Dalam peraturan tersebut didefinisikan beberapa hal sebagai berikut :

- a. Hubungan masyarakat adalah aktifitas lembaga dan/atau individu yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang komunikasi dan informasi kepada public pemilik kepentingan internal dan eksternal serta sebaliknya.
- b. Kehumasan di lingkungan Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga adalah kegiatan komunikasi persuasive dalam rangka menciptakan citra positif Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga dalam menjalankan hubungan yang harmonis dengan masyarakat melalui berbagai sarana kehumasan.
- c. Pehumas di lingkungan Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga adalah setiap individu Kementerian Pemuda dan Olahraga dibawah koordinasi Biro Humas, Hukum dan Kepegawaian (d/h Biro Hukum, Humas dan Organisasi Tata Laksana).

- d. Lembaga Kehumasan di lingkungan Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga adalah unit organisasi dalam Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga yang melakukan fungsi manajemen bidang komunikasi dan informasi kepada publik berdasarkan etik kehumasan.
- e. Kode Etik Humas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga adalah pedoman pegas dalam bersikap, berperilaku, bertindak dan berucap di lingkungan Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga.

4.1.1. Visi dan Misi Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga

Visi Humas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga adalah menjadi satuan kerja yang kompeten dan profesional dalam mengelola komunikasi dan hubungan dengan pemilik kepentingan, untuk mendukung terciptanya iklim yang kondusif dan dinamis demi kelancaran pelaksanaan tugas kementerian.

Misi Humas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga adalah mendesiminasi kebijakan dan program kementerian serta merancang, melaksanakan, dan mengembangkan komunikasi serta hubungan internal dan eksternal yang proaktif dalam mendorong terwujudnya citra dan reputasi positif Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga sebagai pengembang dan pelindung generasi muda dalam rangka terwujudnya kualitas sumberdaya pemuda dan olahraga yang memiliki wawasan kebangsaan, kepemimpinan, berakhlak mulia, mandiri, sehat, cerdas, terampil, berprestasi dan berdaya saing yang dilandasi iman dan takwa.

4.1.2. Fungsi Humas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga

Fungsi Humas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga adalah :

1. Membangun dan meningkatkan citra positif dan reputasi Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga dengan menyediakan informasi tentang kebijakan, program, produk dan jasa lembaga;
2. Menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis, serta menjadi penghubung lembaga dengan pemilik kepentingan.

4.1.3. Tujuan humas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga

Tujuan humas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga adalah :

1. Menyediakan informasi mengenai program dan kegiatan Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga untuk memenuhi kebutuhan para pemilik kepentingan, khususnya yang terkait dengan pembangunan di bidang kepemudaan dan keolahragaan;
2. Meningkatkan pemahaman pemilik kepentingan terhadap tugas, fungsi, peran, kedudukan, wewenang, dan tanggung jawab, serta nilai-nilai dasar yang dimiliki oleh Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga dalam pembangunan di bidang kepemudaan dan keolahragaan;
3. Meningkatkan dukungan pemilik kepentingan terhadap tugas, fungsi, peran, kedudukan, wewenang, dan tanggung jawab, serta nilai-nilai dasar yang dimiliki oleh Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga dalam pembangunan di bidang kepemudaan dan keolahragaan;
4. Meningkatkan partisipasi pemilik kepentingan dalam menyukseskan pembangunan di bidang kepemudaan dan keolahragaan secara sistematis dan terpadu dalam sistem pembangunan nasional yang memiliki integritas dan berkomitmen tinggi.

4.1.4. Delapan Asas Umum Kehumasan di lingkungan Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga

Delapan Asas Umum Kehumasan di lingkungan Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga, yaitu :

1. Profesional, yaitu asas yang menuntut pehumas mengutamakan keahlian, keterampilan, pengalaman, dan konsistensi dalam melaksanakan tugas;
2. Keterbukaan, yaitu asas yang menuntut pehuas terbuka terhadap hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar, jujur, dan tidak diskriminatif;
3. Objektif, yaitu asas yang menuntut pehumas tidak memihak dalam melaksanakan tugas;
4. Jujur, yaitu asas yang menuntut setiap pehumas memiliki ketulusan hati, keikhlasan, dan mengutamakan hati nurani dalam bersikap, berperilaku,

berucap, tidak berbohong, tidak berbuat curang, serta tidak memanipulasi pelaksanaan tugas dan tanggung jawab;

5. Tepat janji, yaitu asas yang menuntut pehumas mempertanggungjawabkan setiap kegiatan dan hasilnya;
6. Akuntabel, yaitu asas yang menuntut pehumas bersikap independen dengan komitmen yang tinggi;
7. Integritas, yaitu asas yang menuntut pehumas menjalankan nilai-nilai etika komitmen yang tinggi;
8. Etis, yaitu asas yang menuntut pehumas menjalankan nilai-nilai etika dalam melaksanakan tugas kehumasan.

4.1.5. Ruang lingkup kehumasan di lingkungan Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga adalah :

1. Melaksanakan komunikasi timbal balik dengan pemilik kepentingan internal dan eksternal yang terencana untuk menciptakan saling pengertian dalam mencapai tujuan tertentu demi memperoleh manfaat bersama bagi lembaga dan pemilik kepentingan;
2. Melaksanakan fungsi manajemen komunikasi yang meliputi kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan pemberian masukan dalam penyebaran informasi Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga dengan didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai.

4.1.6. Sasaran Humas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga adalah :

1. Terbentuknya lembaga kehumasan Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga yang kompeten dan profesional;
2. Tersosialisasikannya kebijakan dan program Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga;
3. Tersedianya layanan data dan informasi publik dalam pembangunan di bidang kepemudaan dan keolahragaan;
4. Terbentuknya opini public yang positif dalam pembangunan di bidang kepemudaan dan keolahragaan;

5. Berkembangnya aspirasi dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan di bidang kepemudaan dan keolahragaan;
6. Meningkatnya kepercayaan pemilik kepentingan terhadap Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga;
7. Terciptanya reputasi yang baik Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga dalam pembangunan di bidang kepemudaan dan keolahragaan.

4.1.7. Strategi Humas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga

Strategi Humas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga adalah :

1. Mengoptimalkan lembaga kehumasan di lingkungan Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga yang sesuai dengan fungsi dan peran sertanya didukung oleh personil yang professional, berkeahlian, bermoral, dan memiliki komitmen yang tinggi sesuai dengan asas keterbukaan informasi publik;
2. Meningkatkan koordinasi dan sinergisme unit-unit di lingkungan Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga dalam upaya meningkatkan efisiensi dan efektifitas penyelenggaraan program kehumasan di bidang kepemudaan dan keolahragaan.
3. Menetapkan kebijakan koordinasi dan sinergisme seluruh kegiatan komunikasi pada unit-unit kerja Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga di bawah Biro Humas, Hukum dan Kepegawaian;
4. Meningkatkan koordinasi dan sinergisme antar instansi terkait dalam upaya efisiensi dan efektifitas penyelenggaraan kegiatan pembangunan di bidang kepemudaan dan keolahragaan.

4.1.8. Pemilik kepentingan humas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga

Pemilik kepentingan humas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga terbagi menjadi 6 (enam) kelompok, yaitu :

1. Kelompok internal yang meliputi pimpinan dan pegawai lembaga;
2. Kelompok media yang meliputi jurnalis media cetak, jurnalis media elektronik, organisasi profesi media, dan pengusaha media;

3. Kelompok lembaga yang meliputi lembaga penyelenggaraan pemerintah, BUMN, BUMD, TNI dan Polri;
4. Kelompok tertentu yang meliputi lembaga penyelenggaraan negara, antara lain lembaga legislative, lembaga yudikatif, dan lembaga eksekutif;
5. Kelompok lembaga swadaya masyarakat dan lembaga kemasyarakatan yang meliputi lembaga swadaya masyarakat, lembaga kemasyarakatan pemuda dan olahraga, lembaga sosial budaya, serta lembaga kemasyarakatan lainnya baik nasional maupun internasional;
6. Kelompok eksternal atau komunitas yang meliputi seluruh masyarakat sekitar.

4.1.9. Etika profesi pehumas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga

Etika profesi pehumas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga adalah :

1. Dapat menegakkan asas penyelenggaraan Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga dan asas umum penyelenggaraan negara yang bersih dan bebas dari korupsi, kolusi, dan nepotisme yang mencakup kepastian hukum, tertib penyelenggaraan negara, kepentingan umum, keterbukaan, proporsionalitas, profesionalisme, akuntabilitas, efisiensi, efektifitas, tanggung jawab, bebas, jujur dan adil;
2. Dapat menjadi anggota profesi humas yang ada baik nasional maupun internasional dan taat pada kode etik masing-masing organisasi profesi;
3. Pehumas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga berdasarkan tugas, fungsi, dan peran dalam melaksanakan pekerjaannya, selain dilindungi oleh kode etik, juga memiliki implikasi hukum terkait dengan penegakan hukum dalam hal keterbukaan informasi publik, peneeraman nama baik, privasi, dan hak cipta;
4. Kode etik Humas Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga ditetapkan tersendiri dalam bentuk dokumen tentang Etika Kehumasan Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga.

4.2. Proses Manajemen Kehumasan di Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga

Dalam rangka melaksanakan tugas pokok dan fungsinya, Bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga melakukan aktifitas proses manajemen kehumasan yang dijelaskan oleh Cutlip, Center & Broom (Cutlip, 2005 : 267) terdiri dari empat langkah dalam proses manajemen kehumasan, yaitu :

4.2.1. Mendefinisikan masalah

Dalam tahap ini. Bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga sebagai unit yang mempunyai tugas menyelenggarakan hubungan masyarakat melakukan analisis situasi, baik terhadap faktor internal maupun faktor eksternal. Hal yang harus dilakukan untuk menganalisis faktor internal maupun faktor eksternal adalah melakukan penelitian, baik secara formal maupun informal.

Dalam hal ini Bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga melakukan penelitian secara informal dan formal. Penelitian secara informal dilakukan melalui informan utama, dalam hal ini adalah pejabat yang memiliki kewenangan kebijakan di bidang kepemudaan dan keolahragaan. Hal tersebut antara lain dengan mengikuti Rapat Pimpinan yang mengikutsertakan Kepala Biro Humas, Hukum dan Kepegawaian (d/h Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana). Hal tersebut seperti diungkapkan oleh Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana, tanggal : 22 Juni 2011 sebagai berikut :

"Jadi gini, kadang biro itu diikutsertakan dalam rapat pimpinan. Tentu dalam rapat pimpinan itu membahas persoalan nasional dimana dalam persoalan nasional itu presiden memimpin rapat dihadiri oleh menteri-menteri cabinet .. iya kan. Nah semua urusan pemerintahan baik itu urusan pemerintahan dalam kementerian dalam negeri, urusan kesehatan di kementerian kesehatan. Urusan pemuda dan olahraga itu urusan kementerian pemuda dan olahraga apa yang menjadi kebijakan nasional yang disampaikan dalam rapat itu. Nah kalo itu misalnya itu strategik dan harus segera dilaksanakan, tentu pak menteri mengumpulkan para deputi dan staf ahli , nah disitulah kadang-kadang kalo dipandang perlu biro

diikutsertakan. Nah kepala bironya disitu harus bisa melihat ..oh ini kebijakan nasionalnya, ini kebijakan teknis urusan pemuda dan olahraga yang disampaikan oleh pak menteri oleh karena itu saya sebagai humas harus merancang seperti ini ini ini baru mengambil dikorelasikan dengan kegiatan yang sudah dirancang.

Melalui rapat pimpinan tersebut Bagian Humas akan mengetahui dan menganalisis kebijakan pemerintah tentang kepemudaan dan keolahragaan yang selanjutnya dijadikan bahan acuan dalam pembuatan rencana tindakan dan komunikasi. Untuk mengetahui secara lebih spesifik tentang penjabaran kebijakan pemerintah tentang kepemudaan dan keolahragaan tersebut di tataran pelaksanaan di Kementerian Pemuda dan Olahraga, dilakukan penelitian informal berupa metode informan utama dari pejabat di lingkungan Kementerian Pemuda dan Olahraga. Hal tersebut dilaksanakan dengan dilakukannya Rapat koordinasi yang didalamnya dijabarkan dalam program kerja di tingkat Deputi yang terbagi menjadi program kerja Deputi di bidang Kepemudaan dan Deputi di bidang Keolahragaan. Hal tersebut sebagaimana disebutkan oleh Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana :

“Polanya itu ada sistem pola konsinyering, jadi ketemu semua eselon 2 untuk membicarakan program-programnya. Apa yang diprioritaskan di 2012, nah humas ini sudah melihat sehingga dia menyesuaikan juga dengan kegiatan – kegiatan yang akan dituangkan didalam 2012 untuk mengkover di urusan hubungan masyarakat. Gitu..Humas melihat kegiatan yang akan dituangkan oleh masing-masing asdep di kedeputan. Tentu ini juga akan mendapat pengarahan dari deputi. Deputi juga melihat dari aspek kondisi .. ee.. pemerintah di bidang urusan pemuda dan olahraga .. prediksi ke depan. Apa prospektifnya, apa yang menjadi ikon, apa yang menjadi prioritas, kira – kira indikator apa saat ini.. harus dilihat seperti itu. Misalnya pon di riau, ya udah bidang olahraga prestasi apa.. bidang pembibitan apa.. ini ini harus kita lihat terus. Bidang pemuda seperti apa. Gitu.. Misalnya juga nanti di 2013 ada Islamic games, gitu.. jadi momentum besarnya pasti ada setiap tahun. Itu jadi presentase

misalnya presentase kebijakan a gitu, kita presentasekan 60% untuk a, sisanya untuk yang lain. Gitu."

Hal tersebut juga dikuatkan oleh Staf Ahli Komunikasi dan Informasi Pemuda dan Olahraga Kementerian Pemuda dan Olahraga, Bapak Sakhyan Asmara, berikut ini:

" Dan disini ada beberapa rapat. Rapat koordinasi antar sektor.. ya..itu melibatkan seluruh pejabat eselon 2. Lalu apa tu namanya rif namanya yang itu penyusunan RKAKL itu apa namanya.. rapat apa kumpul kumpul itu.. itu pemilik kegiatan itu kumpul.. rapat koordinasi ama perencanaan .. rakorwil... nah,,rakortek.. rapat koordinasi teknis tentang penyusunan rencana kegiatan untuk tahun yang akan datang. Nah udah kan, itu pada level bawah. Iya kan. Baru sampai situ diangkat ke level eselon 2. Lalu dibawa ke eselon satu. Baru dibawa ke menteri. Sehingga sifatnya bottom up."

Selain penelitian informal dengan metode informan utama, penelitian informal lainnya yang dilakukan oleh Bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga adalah kontak pribadi dan laporan lapangan/kegiatan. Kontak pribadi yang dimaksud adalah masukan, kritik maupun saran dari pihak luar, baik di luar Bagian Humas maupun di luar Kementerian Pemuda dan Olahraga. Kontak pribadi dari eksternal Kementerian Pemuda dan Olahraga antara lain berupa rasa puas, tanggapan, masukan, ataupun kritik dari pihak eksternal terhadap apa yang telah dilakukan Kementerian Pemuda dan Olahraga. Hal tersebut sebagaimana kutipan wawancara dengan Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana sebagai berikut :

".... dalam proses pembuatannya, bagaimana masyarakat memberikan masukan-masukannya ..."

Pernyataan tersebut dikuatkan oleh pernyataan Mantan Kepala Bagian Humas sebagai berikut :

"....ada masukan dari orang lain. Kita harap orang melihat menikmati dan merasakan "

Sedangkan masukan dari internal yang juga termasuk laporang kegiatan adalah hasil evaluasi pelaksanaan kegiatan program dari unit lain di lingkungan Kementerian Pemuda dan Olahraga. Sebagaimana yang disampaikan oleh Mantan Kepala Bagian Humas berikut :

“sesudah pelaksanaan ... Nah, mereka ada evaluasi, di bidang mereka. seharusnya ga begini atau disini..”

Selain metode informal diatas, penelitian yang dilakukan oleh Bagian Humas adalah penelitian formal yang dilakukan dengan metode Analisis Isi, yaitu penerapan prosedur sistematis untuk menentukan secara objektif hal yang sedang diberitakan oleh media. Dasar analisis isi antara lain menggunakan klipng pers. Hal tersebut sebagaimana disampaikan Bapak IGN. Sucitra, Mantan Kepala Biro Asisten Deputi Organisasi Keolahragaan, Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana, sebagai berikut :

“ Jadi gini, pada waktu saya menjadi kabiro humas hukum, saya gunakan klipng itu sebagai analisis , juga sebagai antisipasi nah setiap minggu kita buat laporan terkait dengan apa... tren di bidang kepemudaan dan tren di bidang keolahragaan termasuk kasus kasus yang menjadi kendala di dalam urusan pemuda dan olahraga. Tiap minggu. Tiap minggu kita buat laporan ke pimpinan. Kalo misalnya saya kebawah say abaca klping yang terkait kementerian pora saya langsung bicarakan dengan humas, kalo menyangkut hukum saya diskusi ke hukum. Gitu.. nah.. klipngnya ini diedarkan ke seluruh deputi dan eselon 1 dan eselon 2. Sehingga ini juga menjadi bacaan yang fokus ke pemuda dan olahraga sehingga menjadikan suatu ..ee... inspirasi untuk pembuatan .. di tengah masyarakat begini.. berarti gini.. gini.. sehingga menuangkan kebijakan dalam kegiatan itu. Gitu..

Bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga tidak melakukan penelitian formal berupa survey dikarenakan keterbatasan anggaran sebagaimana kutipan berikut :

“ (Sedangkan survey) kita nggak. Karena survey kita lihat dari aspirasi masyarakat aja. Karena biaya survey kan cukup mahal. Artinya media mana yang efektif untuk promosi itu kan. ”

Namun peneliti menilai penelitian baik formal maupun informal belum maksimal. Untuk penelitian formal melalui kliping sejauh ini masih sebatas membuat kliping tentang berita di media massa tentang kepemudaan dan keolahragaan namun belum ditindaklanjuti menjadi sebuah acuan terhadap kebijakan dalam bidang tersebut. Begitu pula dengan penelitian informal melalui laporan kegiatan dan kontak pribadi belum dilakukan dengan baik karena cenderung pasif dan tidak menjadikan itu sebagai sebuah acuan dalam merencanakan kegiatan.

Meskipun demikian, dari informasi hasil penelitian tersebut, serta dari penjelasan dalam Rencana Strategis maupun Rapat Koordinasi yang dilakukan, diharapkan Bagian Humas dapat analisis situasi dengan memetakan faktor-faktor dari internal maupun eksternal yang mempengaruhinya. Analisis yang rinci mengenai faktor internal dan faktor eksternal tersebut akan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam menilai kekuatan (Strength, S) dan kelemahan (weakness, W) organisasi, dan untuk mengidentifikasi peluang (opportunity, O) dan ancaman (threat, T) dalam lingkungan eksternal.

Dari wawancara dengan Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana diperoleh informasi mengenai analisis SWOT sebagaimana kutipan wawancara berikut:

“.....humas itu ada S2 komunikas, S1 komunikasi, trus jam terbang pengalamannya sudah ada yang berpengalaman di media elektronik . artinya dalam konteks wawasan mumpunilah. Mumpuni itu sebagai kekuatan. Iya kan.”

Sedangkan untuk kekurangan, disampaikan sebagai berikut ;

“ ... Di biro itu kan kegiatan itu di bagian-bagian, nah bidang humas itu ada kegiatan, bagian kepegawaian ada kegiatan, bagian hukum ada kegiatan, bagian sisinfo ada kegiatan. Itu menjadi satu unit biro. Anggaran biro dibagikan ke bagian2 yang melaksanakan bagian. ”

Hal tersebut sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Mantan Kepala Bagian Humas sebagai berikut :

(sedangkan kekurangan) Yang kita tidak optimal ya keterbatasan anggaran."

Analisis mengenai lingkungan eksternal, menemukan bahwa ancaman sekaligus juga bisa menjadi peluang antara lain sebagaimana disampaikan Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana sebagai berikut:

"Kalo dari visi kita.. dan misi kita adalah bagaimana .. artinya tidak membedakan kedua core itu. Baik pemuda dan olahraga. Persoalannya di lingkungan luar, katakanlah di lingkungan media, ehm... khususnya di media cetak, di media elektronik juga ada, yang milik swasta itu.. ada khusus wartawan olahraga, ini persoalannya. Iya... tidak ada wartawan pemuda. Nah begitu juga di elektronik. Ada wartawan olahraganya, tidak ada wartawan pemudanya. Makanya di dalam mempromosikan .. dalam konteks apa.. membangun opini itu sangat sulit untuk kepemudaan.. karena nasuk di bidang mana, kadang-kadang mana.. apa.. kadang-kadang masuk di politik, kadang masuk .. apa itu ya.. humaniora... nah kalo olahraga sudah punya halaman dia, iya... nah, halamannya banyak dan punya halaman."

Hal tersebut dikuatkan informasi dari Mantan Kepala Bagian Humas sebagai berikut :

"Dari hari itu saja sudah membedakan dari hari yanglain. Jadi kegiatan kepemudaan atau umum lainnya kalah.dengan dua ini. (Ekspos untuk) olahraga sama, pemuda sama. Cuma pemuda emang tiap hari ada kongres, tiap hari ada pembukaan seminar. Coba anda dengar deh, dari pemuda, apa itu kongres, apa itu workshop, apakah itu jambore, ada ga pemberitaannya. betul-betul sabtu minggu yang funbike yang senam yagn apa.. sepeda sepeda lagi.. ada basket..ada renang. Karena ada domain itu lagi.. Sabtu minggu itu domain olahraga, coba buang hari sabtu minggu dah ga kelihatan lagi.apa ada olahraga hari selasa olahraga dibuka."

Dari paparan diatas, penulis menilai strategi yang digunakan dalam manajemen kehumasan di Kementerian Pemuda dan Olahraga adalah Strategi

WO, yaitu strategi yang mencoba meminimalisir kelemahan organisasi yaitu anggaran yang terbatas demi mengambil keuntungan dari peluang eksternal yaitu trend olahraga yang berkembang di masyarakat.

4.2.2. Membuat rencana dan program.

Langkah pertama dalam proses dalam perencanaan dan pembuatan program adalah mendefinisikan peran dan misi dari Kementerian Pemuda dan Olahraga. Hal tersebut akan menentukan sifat dan cakupan pekerjaan yang akan dilakukan baik oleh Bagian Humas maupun oleh unit lain di Kementerian Pemuda dan Olahraga. Selain mengetahui peran dan misi dari Kementerian Pemuda dan Olahraga, langkah selanjutnya dalam tahap ini adalah menentukan bidang utama dan sasaran dari Kementerian Pemuda dan Olahraga. Peran, misi, bidang utama dan sasaran tersebut dijelaskan dengan rinci dalam Rencana Strategis Kementerian Pemuda dan Olahraga Tahun 2010-2014. Hal tersebut sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Bapak IGN. Sucitra, Mantan Kepala Biro Asisten Deputi Organisasi Keolahragaan, Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana Periode 2008-2010, Tanggal : 22 Juni 2011 sebagai berikut :

“Bahwa suatu organisasi itu biasanya menganut minimal 4 komponen yaitu mengenai struktur, mengenai system, mengenai strategic stratejik organisasi, dan mengenai sumberdaya. Sehingga organisasi itu mempunyai suatu tujuan. dalam mencapai tujuan organisasi itu menggunakan struktur, sistem, strategi dan sumberdaya manusia. Oleh karena itu organisasi itu pasti membuat suatu landasan operasional yang dituangkan di dalam renstra namanya rencana strategi. Di dalam rencana strategi itu ada visi, misi, arah kebijakan, sasaran, strategi, termasuk tujuan organisasi.”

Setelah mengidentifikasi peran, misi, bidang utama dan sasaran dari Kementerian Pemuda dan Olahraga, langkah selanjutnya adalah mempersiapkan rencana tindakan. Dalam langkah ini ditetapkan cara

mencapai sasaran khusus yang meliputi : membuat program, membuat jadwal, membuat anggaran, menetapkan pertanggungjawaban, dan meninjau serta menata ulang. Dalam pembuatan program Bagian Humas lebih cenderung mendukung program yang telah diraneang oleh masing-masing Deputi, seperti hasil wawancara dengan Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana berikut ini :

"Yang akan dituangkan oleh masing-masing asdep di kedeputian. Tentu ini juga akan mendapat pengarahan dari deputi. Deputi juga melihat dari aspek kondisi .. ee.. pemerintah di bidang urusan pemuda dan olahraga .. prediksi ke depan. Apa prospektifnya, apa yang menjadi ikon, apa yang menjadi prioritas, kira – kira indikator apa saat ini.. harus dilihat seperti itu. Misalnya pon di riau, ya udah bidang olahraga prestasi apa.. bidang pembibitan apa.. ini ini harus kita lihat terus. Bidang pemuda seperti apa. Gitu.. Misalnya juga nanti di 2013 ada Islamic games, gitu.. jadi momentum besarnya pasti ada setiap tahun. Itu jadi presentase misalnya presentase kebijakan a gitu, kita presentasekan 60% untuk a, sisanya untuk yang lain. Gitu.."

Sedangkan untuk jadwal program humas juga mengikuti program yang telah ditetapkan oleh Deputi-Deputi Kcpemudaan dan Deputi-Deputi Keolahragaan. Hal tersebut sebagaimana kutipan wawancara dengan Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana berikut:

"Jadi gini, polanya itu ada sistem pola konsinyering, jadi ketemu semua eselon 2 untuk membicarakan program-programnya. Apa yang diprioritaskan di 2012, nah humas ini sudah melihat sehingga dia menyesuaikan juga dengan kegiatan – kegiatan yang akan dituangkan didalam 2012 untuk mengkover di urusan hubungan masyarakat. "

Selanjutnya dalam membuat anggaran, Bagian Humas sebagai bagian bagi dari institusi pemerintah mendapatkan anggaran dari pemerintah yang telah ditentukan Daftar Isian Penggunaan Anggaran (DIPA) Kementerian Pemuda dan Olahraga. Sebagai bagian dari Biro

Humas, Hukum dan Kepegawaian, Bagian Humas mendapatkan porsi anggaran sesuai program yang akan dilaksanakan pada tahun yang tersebut. Sebagaimana kutipan wawancara dengan Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana berikut :

"di biro itu kan kegiatan itu di bidang2, nah bidang humas itu ada kegiatan, bidang kepegawaian ada kegiatan, bidang hukum ada kegiatan, bagian sisinfo ada kegiatan. Itu menjadi satu unit biro. Anggaran biro dibagikan ke bagian2 yang melaksanakan bagian."

Masalah anggaran ini menjadi masalah tersendiri dalam pelaksanaan program kerja Bagian Humas.

"kenapa tidak bisa mengcover kepada seluruh kegiatan ada dua puluh tujuh eselon 2 yang mempunyai suatu kegiatan2 itu kalo kita cover seluruhnya itu tidak mungkin dilaksanakan karena keterbatasan anggaran."

Hal tersebut juga dikuatkan oleh pernyataan Bapak Darmo Susilo, Kepala Sub Bagian Peliputan dan Dokumentasi, sebagai berikut :

"Kita rata-rata aja. Kita pengennya volumenya (publikasi yang dibuat oleh Bagian Humas) banyak, tapi anggarannya terbatas."

4.2.3. Bertindak dan berkomunikasi.

Langkah ketiga dari proses manajemen hubungan masyarakat adalah penerapan program tindakan dan komunikasi yang dirancang berdasarkan fakta dan perencanaan strategis pada tahap sebelumnya untuk mencapai tujuan spesifik bagi setiap public demi mencapai tujuan program yang telah dibuatkan.

Dalam rangka melaksanakan tahapan ini, Bagian Humas bertindak dengan tanggap dan bertanggung jawab, antara lain dengan membuat rencana kerja tahunan Bagian Humas. Adapun program kerja dari Bagian Kehumasan Tahun 2008, 2009 dan 2010 adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Kegiatan Bagian Kehumasan Tahun 2008

Nc.	Uraian	Indikator Kinerja	Target
Program Penerapan Pemerintahan yang baik			
1	Publikasi media ruang (pembuatan dan pemasangan billboard dan baliho)	Jumlah titik lokasi untuk medium pemasangan spanduk, baliho, giant banner, sign board, dan baion udara	45 titik
2	Pendampingan Dokumentasi Foto dan Audio Visual dalam Negeri	Jumlah dokumentasi seluruh kegiatan Kemempora melalui pemotretan dan audio visual serta pengarsipan	12 kegiatan
3	Sosialisasi Program kempora melalui publikas media cetak dan elektronik	Jumlah sosialisasi melalui media cetak dan elektronik	12 kali
4	Pemasangan iklan di media cetak	Jumlah pengiklanan program kempora di media cetak	12 kali
5	Penyebaran informasi melalui media cetak dan elektronik	Jumlah talkshow di media televisi	10 kali
6	Pendampingan liputan media dalam negeri	Jumlah media yang melakukan liputan	99,95%
7	Pemutakhiran, dokumentasi foto dan audio visual	Jumlah peralatan dokumentasi foto dan audio visual yang berteknologi mutakhir	26 kegiatan
8	Pelaksanaan konsultasi, monitoring dan evaluasi kehumasan	Jumlah kegiatan konsultasi, monitoring dan evaluasi kehumasan	29 kegiatan
9	Komunikasi kebijakan program dan feedback masyarakat secara langsung	Jumlah penyebaran informasi dengan media cetak dan elektronik	1 kegiatan
10	Siaran langsung/talkshow di media radio nasional dan swasta	Jumlah talkshow di media radio nasional dan swasta	99,40%
11	Penyelenggaraan press gathering/sarasehan	Jumlah media yang mengikuti sarasehan	99,99%
12	Workshop kehumasan dan protokol	Jumlah media yang mengikuti workshop	99,99%

Sumber : LAKIP Kementerian Pemuda dan Olahraga Tahun 2008

Program Kerja Bagian Humas Tahun 2009 adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Kegiatan Bagian Kehumasan Tahun 2009

No.	Sasaran	Indikator Kinerja Sasaran	Target
1	Terwujudnya pemuda kader pemimpin bangsa	Jumlah Media Kampanye Gerakan Bersih Narkoba : - stiker, - spanduk/banner/baliho, - poster/booklet/brosur, - neonbox	100.000 eks. 100 buah 10 eks. 5 buah
2	Tersedianya saran dan prasarana pengembangan kepemimpinan pemuda	Jumlah pencrbitan : - Majalah pemuda - Tabloid pemuda - Rubrik pemuda	8 edisi (koran 7 edisi, majalah 1 edisi) @ 2000 eks.
3		Jumlah dialog interaktif pendidikan kepemudaan	3 episode
4	Terwujudnya pengembangan sistem informasi Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga	Jumlah publikasi media luar ruang	45
5		Jumlah penyebaran informasi melalui media cetak	48
6		Jumlah penyebaran informasi melalui media elektronik	10
7		Jumlah talkshow media elektronik radio nasional dan swasta	2
8		Jumlah press gathering/sarasehan	75
9		Jumlah pembuatan film dokumenter	1
10		Jumlah penayangan iklan layanan masyarakat	3
11	Meningkatnya profesionalitas di lingkungan Kemenpora	Jumlah bulletin yang diterbitkan	6.000 eks.

12		Jumlah majalah formula yang diterbitkan	12.000 eks.
		Jumlah penerbitan artikel yang disajikan	11 kali
14		Jumlah penerbitan jurnal pemuda dan olahraga	2 kali

Sumber : LAKIP Kementerian Pemuda dan Olahraga Tahun 2009

Untuk Tahun 2010, Program Kerja Bagian Humas adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Kegiatan Bagian Kehumasan Tahun 2010

No.	Sasaran	Indikator Kinerja Sasaran	Target
1	Terwujudnya pemuda kader pemimpin bangsa	Terbentuknya dan tersosialisasinya kurikulum kepemimpinan	2000 eksemplar
2		Jumlah Media Kampanye Gerakan Bersih Narkoba (stiker, spanduk/banner, baliho, poster/booklet/brosur, dan neonbox)	60.000 eksemplar
3	Tersedianya sarana dan prasarana pengembangan kepemimpinan pemuda	Jumlah dialog interaktif pendidikan kepemudaan	3 episode
4	Meningkatnya Kapasitas Lembaga Kewirausahaan	Publikasi Program Sarjana Penggerak Pembangunan di Pedesaan (SP-3)	2 episode
5	Tersedianya Sarana dan Prasarana Pengembangan Industri Olahraga	Jumlah tayangan wirausaha muda dan industri olahraga melalui media elektronik (episode)	13 episode
6		Jumlah tayangan/cetakan kewirausahaan pemuda melalui media cetak dan elektronik	15 episode
7		Penayangan informasi industri olahraga melalui media elektronik	6 episode
8		Informasi kewirausahaan pemuda dan industry olahraga melalui media cetak	20 episode

9		Temu usaha kewirausahaan pemuda dan industry olahraga	1 kegiatan
10		Buku promosi kewirausahaan pemuda dan industry olahraga tahun 2010	2 buku
11		Jumlah pameran industry olahraga dan wirausaha muda di dalam negeri	2 even

Sumber : LAKIP Kementerian Pemuda dan Olahraga Tahun 2010

Terkait dengan program kerja Bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga, dipengaruhi oleh Humas di Kementerian Pemuda dan Olahraga yang berada pada level bagian. Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Mantan Kepala Biro Asisten Deputi Organisasi Keolahragaan, Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana sebagai berikut:

“ (Bagian Humas) Di desain untuk mengkover semua, tapi karena keterbatasan anggaran tidak bisa mengkover. Persoalannya kenapa humas itu pada level bagian, tidak level biro, itu masalah struktur dimana nomenklatur ini kewenangannya ada di kementerian BR. Pada waktu itu kita maksimal biro itu ada 3, yaitu biro perencanaan.. ee.. terus.. biro umum.. waktu itu sekorang biro keuangan dan rumah tangga, digabung gabung .. biro perencanaan digabung dengan organisasi tata laksana, biro keuangan.. ee.. digabung dengan biro rumah tangga. Nah terus.. biro humas hukum dan kepegawaian. Gitu.. nah Persoalannya kenapa itu nomenklatur itu dibagi apa.. karena itu untuk membagi habis fungsi organisasi tugas gitu... mungkin di kementerian lain ada lima biro. Karena ada lima biro maka humas, hukum dan kepegawaian itu dipisah gitu... misalnya biro humas.. eh.. biro humas tersendiri, terus... ada juga biro humas digabung sama hukum.. atau biro hukum dan kepegawaian bisa digabung .. gitu.. beda beda memang. Melihat dari bibit dan beban tugas di kementerian itu sendiri, sehingga apakah ini di level biro atau di level bagian. Kalo maunya kami, ada di level biro humas itu. Gitu. , tetapi kan dari sistem keorganisasian yang dianalisis oleh kewenangan yang dimiliki oleh kementerian ya..seperti itu. “

Level struktur Humas yang berada di level Bagian juga mempengaruhi kemampuan Bagian Humas dalam mendukung setiap program di kedeputia, sebagaimana disampaikan oleh Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana berikut ini :

"Biro hukmas khususnya Bag.humas itu mempunyai suatu kegiatan yang dirumuskan untuk tahun 2011 dirumuskan pada tahun 2010, untuk 2012 dirumuskan 2011.nah rumusan kegiatan kegiatan urusan hubungan kemasyarakatan di tahun 2011 ini hasil dari ketetapan yang sudah dituangkan dalam 2010. Nah tugas dan fungsinya adalah melaksanakan apa yang telah dirancang pada tahun 2010, nah itulah yang kita dengar dengan istilah daya serap. Apabila rancangan kegiatan yang dituangkan dalam 2010 dilaksanakan 2011 itu harus melakukan komponen-komponen itu sehingga bisa apa..ee..pada saatnya nanti bisa mempertanggungjawaban kegiatan dan anggaran belanja negara. Gitu mba. Nah Tentu orientasi dari kegiatan-kegiatan itu adalah..e.e.. mengkomunkasikan kebijakan2 urusan pemerintahan dalam pemuda dan olahraga. Nah, Persoalan nanti di teknis kedeputian itu ada kegiatan 2, kita pilih kegiatan2 strategis yang terkait pemuda dan olahraga, baik deputi kepemudaan maupun deputi keolahragaan, kenapa tidak bisa mengcover kepada seluruh kegiatan ada 27 eselon 2 yang mempunyai suatu kegiatan2 itu kalo kita cover seluruhnya itu tidak mungkin dilaksanakan karena keterbatasan anggaran. Misalnya dari 27 itu mempunyai 20 saja kegiatan.. iya kan .. berarti berapa? 54.. dua asdep itu .. kali 27.. iya kan setahun .. gitu.. dua asdep aja udah 54 kegaitan .. kali 27 asdep.. iya gitu..

Hal lain yang juga mempengaruhi pelaksanaan program kerja Bagian Humas adalah kondisi eksternal lingkungan Kementerian Pemuda dan Olahraga, antara lain trend akhir pekan sebagai hari olahraga dan olahraga telah menjadi gaya hidup tersendiri di masyarakat sehingga porsi untuk mempublikasikan kegiatan keolahragaan lebih terbuka dibandingkan dengan kegiatan kepemudaan. Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana berikut ini :

"Jadi gini, Kalo dari visi kita.. dan misi kita adalah bagaimana .. artinya tidak membedakan kedua core itu. Baik pemuda dan olahraga. Persoalannya di lingkungan luar, katakanlah di lingkungan media, ehm... khususnya di media cetak, di media elektronik juga ada, yang milik swasta itu.. ada khusus wartawan olahraga, ini persoalannya. Iya... tidak ada wartawan pemuda. Nah begitu juga di elektronik.. Ada wartawan olahraganya, tidak ada wartawan pemuda. Makanya di dalam mempromosikan .. dalam konteks ..e.. apa.. membangun opini itu sangat sulit untuk kepemudaan.. karena nasuk di bidang mana, kadang-kadang mana.. apa.. kadang-kadang masuk di politik, kadang masuk .. apa itu ya.. humaniora... nah kalo olahraga sudah punya halaman dia, iya... nah, halamannya banyak dan punya halaman. "

Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan Mantan Kepala Bagian Humas sebagai berikut :

"(publikasi untuk) Olahraga sama, pemuda sama. Cuma pemuda emang tiap hari ada kongres, tiap hari ada pembukaan seminar. Coba anda dengar deh, dari pemuda, apa itu kongres, apa itu workshop, apakah itu jambore, ada ga pemberitaannya. betul-betul sabtu minggu yang funbike yang senam yang apa.. sepeda sepeda lagi.. ada basket..ada renang. Karena ada domain itu lagi. Sabtu minggu itu domain olahraga, coba buang hari sabtu minggu dah ga kelihatan lagi. apa ada olahraga hari selasa olahraga dibuka.."

Salah satu hal yang menjadi program utama dalam program kerja Bagian Humas adalah publikasi lewat media masa. Namun dalam menentukan media massa yang dipilih selama ini masih menggunakan pengalaman dan pertimbangan Kepala Biro tanpa didukung oleh data sekunder yang mendukung keputusan pemilihan media tersebut. Hal tersebut seperti kutipan wawancara Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana berikut ini :

"(terkait pemilihan media) Makanya kadang kadang saya ada yang ngasih tau .. apa... ee.. bagaimana koran juga dibaca ... intelektual juga jadi perhatian. Karena apa.. sekedar di kereta api.. saya kan suka naik kereta api.. wah ini juga beredar di kereta api. Juga menjadi saran kita. "

Kemudian ditegaskan dengan pernyataan Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana berikut ini :

“Saya aja, tidak berdasarkan hasil survey atau apa, tapi saya aja.”

4.2.4. Mengevaluasi program.

Langkah terakhir yang disebut juga sebagai penelitian evaluasi program. Pada tahap ini, Bagian Humas melakukan evaluasi sesuai kebijakan pelaksanaan evaluasi di lingkungan Kementerian Pemuda dan Olahraga. Evaluasi yang dimaksud lebih pada tataran kebijakan. Sebagaimana kutipan wawancara dengan Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana sebagai berikut :

Di tingkat bagian itu tiga bulanan, ditingkat level biro 1 bulan, di level sesmen tiga bulanan, digilir itu tempatnya. Apa persoalan, kendala kendala dalam apa..kelancaran pelaksanaan tugas. Evaluasi tahunan ada proses monitoring dan evaluasi itu ada, setiap eselon dua itu. besarannya itu tingkat sesmenpora”

Sedangkan untuk tataran yang lebih teknik di level Bagian Humas hal tersebut berjalan incidental sesuai kebutuhan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Mantan Kepala Bagian Humas sebagai berikut :

“Saya juga bingung, ga ada evaluasinya. Susah juga, kita anggap.. apa.. di dalam hati.hhehee. apakah itu salah atau ga, ga sempet lagi kita mengukur ..e.e. merapat lagi, gini evaluasinya gimana... ga sempat lagi, karena kegiatan belum selesai. Kayak besok mau ada jambore itu,kita harus buat publikasi bikin billboard bikin apa, trus sesudah pelaksanaan itu dah dilepas. Nah, mereka ada evaluasi, di bidang mereka. Kepramukaan kependuan. Bukan di kita lagi domainnya, kalo di kita lagi, salah. Kita di misalkan billboard, seharusnya ga begini atau disini.. usulkan dimana, tapi hanya usulan saja, bukan hak kita. Ee.. misalkan kenapa pake bintangnya yang itu kalo pake artis, nanti begitu selesai, masukan,

ntar untuk itu lagi tahun berikutnya kita larang. Kemaren itu sudah bagus, tapi alangkah bagusya kalo si anu.. iya tempo hari kita coba dia, tapi ga bisa anu, dia sudah ada jadwal, umpamanya gitu. baru kalo mau dekat lagi, baru ketemu evaluasinya. Tapi kita kan tidak mengikuti, kita hanya nanya-nanya aja, nyeletuk atau apa. Jadi emang tidak bisa kita anikan.. ini sudah kita rapat, apakah harus kita.. tapi intinya kita gini, kalo yang kita bikin laporan itu bukan evaluasi jadi hanya laporan kegiatan aja, yang udah kita lakukan ini. Bukan ga ada evaluasi, ga bisa. Bukan anu kita.

Dalam evaluasi program, sebagaimana institusi pemerintahan lainnya, evaluasi dilaksanakan berbasis kinerja dan anggaran. Seperti disampaikan dalam wawancara dengan Staf Ahli Informasi dan Komunikasi berikut :

“Berbasis kinerja. Namanya laporan kinerja.. harus berbasis kinerja. Tentu program itu kita beralokasi kepada kinerja. Karena setiap itu harus ada tolak ukurnya. Karena itu RAB itu ada.. untuk apa. Untuk , apa semua terinci disitu.

Adapun Laporan Kerja Bagian Humas tahun 2008, 2009 dan 2010 adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Laporan Kehumasan Tahun 2008

No	Program	Uraian	Indikator Kinerja	Target	Realisasi
1	Pencrapan Kepemerintahan yang baik	Publikasi media ruang (pembuatan dan pemasangan billboard dan baliho)	Jumlah titik lokasi untuk medium pemasangan spanduk, baliho, giant banner, sign board, dan balon udara	45 titik	45 titik

2		Pendampingan Dokumentasi Foto dan Audio Visual dalam Negeri	Jumlah dokumentasi seluruh kegiatan Kemenegpora melalui pemotretan dan audio visual serta pengarsipan	12 kegiatan	12 kegiatan
3		Sosialisasi Program kemenpora melalui publikas media cetak dan elektronik	Jumlah sosialisasi melalui media eetak dan elektronik	12 kali	11 kali
4		Pemasangan iklan di media cetak	Jumlah pengiklanan program kemengpora di media eetak	12 kali	11 kali
5		Penyebaran informasi melalui media cetak dan elektronik	Jumlah talkshow di media televisi	10 kali	10 kali
6		Pendampingan liputan media dalam negri	Jumlah media yang melakukan liputan	99,95 %	99,95%
7		Pemutakhiran, dokumentasi foto dan audio visual	Jumlah peralatan dokumentasi foto dan audio visual yang berteknologi mutakhir	26 kegiatan	26 kegiatan
8		Pelaksanaan konsultasi, monitoring dan evaluasi kehumasan	Jumlah kegiatan konsultasi, monitoring dan evaluasi kehumasan	29 kegiatan	29 kegiatan

9		Komunikasi kebijakan program dan feedback masyarakat secara langsung	Jumlah penyebaran informasi dengan media cetak dan elektronik	1 kegiatan	1 kegiatan
10		Siaran langsung/talkshow di media radio nasional dan swasta	Jumlah talkshow di media radio nasional dan swasta	99,40 %	99,40%
1		Penyelenggaraan press gathering/sarasehan	Jumlah media yang mengikuti sarasehan	99,99 %	99,99%
12		Workshop kehumasan dan protokol	Jumlah media yang mengikuti workshop	99,99 %	99,99%

Sumber : LAKIP Kementerian Pemuda dan Olahraga Tahun 2008

Sedangkan laporan program kerja humas tahun 2009 adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Laporan Kehumasan Tahun 2009

No.	Sasaran	Indikator Kinerja Sasaran	Target	Realisasi
1	Terwujudnya pemuda kader pemimpin bangsa	Jumlah Media Kampanye Gerakan Bersih Narkoba : - stiker, - spanduk/banner/baliho, - poster/booklet/brosur, - neonbox	100.000 cks. 100 buah 10 eks. 5 buah	100.000 eks. 100 buah 10 eks. 5 buah
2	Tersedianya sarana dan prasarana pengembangan kepemimpinan pemuda	Jumlah penerbitan : - Majalah pemuda - Tabloid pemuda - Rubrik pemuda	8 edisi (koran 7 edisi, majalah 1 edisi) @ 2000 eks.	8 edisi (koran 7 edisi, majalah 1 edisi) @ 2000 eks.

3		Jumlah dialog interaktif pendidikan kepemudaan	3 episode	3 episode
4	Terwujudnya pengembangan sistem informasi Kemenpora	Jumlah publikasi media luar ruang	45	45
5		Jumlah penyebaran informasi melalui media cetak	48	48
6		Jumlah penyebaran informasi melalui media elektronik	10	10
7		Jumlah talkshow media elektronik radio nasional dan swasta	2	2
8		Jumlah press gathering/sarasehan	75	75
9		Jumlah pembuatan film dokumenter	1	1
10		Jumlah penayangan iklan layanan masyarakat	3	3
11	Meningkatnya profesionalitas di lingkungan kementerian negara pemuda dan olahraga	Jumlah bulletin yang diterbitkan	6.000 eks.	6.000 eks.
12		Jumlah majalah formula yang diterbitkan	12.000 eks.	12.000 eks.
13		Jumlah penerbitan artikel yang disajikan	11 kali	11 kali
14		Jumlah penerbitan jurnal pemuda dan olahraga	2 kali	2 kali

Sumber : LAKIP Kementerian Pemuda dan Olahraga Tahun 2009

Sedangkan laporan program humas tahun 2010 adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Laporan Kehumasan Tahun 2010

No	Sasaran	Indikator Kinerja Sasaran	Program	Target	Realisasi
1	Terwujudnya pemuda kader pemimpin bangsa	Terbentuknya dan tersosialisasinya kurikulum kepemimpinan	Pengembangan dan Keserasian Kebijakan Pemuda	2000 eksemplar	2000 eksemplar
2		Jumlah Media Kampanye Gerakan Bersih Narkoba (stiker, spanduk/banner, baliho, poster/booklet/br osur, dan neonbox)		60.000 eksemplar	60.000 eksemplart
3	Tersedianya saran dan prasarana pengembangan kepemimpinan pemuda	Jumlah dialog interaktif pendidikan kepemudaan		3 episode	3 episode
4	Meningkatnya Kapasitas Lembaga Kewirausahaan	Publikasi Program Sarjana Penggerak Pembangunan di Pedesaan (SP-3)		2 episode	2 episode
5	Tersedianya Sarana dan Prasarana untuk Pengembangan Industri Olahraga	Jumlah tayangan wirausaha muda dan industri olahraga melalui media elektronik (episode)		13 episode	13 episode

6		Jumlah tayangan/eetakan kewirausahaan pemuda melalui media eetak dan elektronik		15 episode	15 episode
7		Penayangan informasi industri olahraga melalui media elektronik		6 episode	6 episode
8		Informasi kewirausahaan pemuda dan industry olahraga melalui media eetak		20 episode	20 episode
9		Temu usaha kewirausahaan pemuda dan industry olahraga		1 kegiatan	1 kegiatan
10		Buku promosi kewirausahaan pemuda dan industry olahraga tahun 2010		2 buku	2 buku
11		Jumlah pameran industry olahraga dan wirausaha muda di dalam negeri		2 even	2 even

Sumber : LAKIP Kementerian Pemuda dan Olahraga Tahun 2010

Dari laporan kerja selama tiga tahun tersebut, sasaran program kerja kehumasan Kementerian Pemuda dan Olahraga masih berorientasi pada kuantitas, belum pada kualitas sejauh mana program kerja kehumasan tersebut mendukung tugas dan fungsi Kementerian Pemuda dan Olahraga sebagai institusi pemerintah yang mempunyai focus kerja di bidang kepemudaan dan keolahragaan. Sebagaimana disampaikan oleh Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana sebagai berikut :

“ (indicator keberhasilan dari program kerja Bagian Humas adalah Kegiatan terlaksana, walaupun tidak 100% kan. Bangsa tahun kemaren itu 97 koma sekian persen terlaksana kegiatannya. “

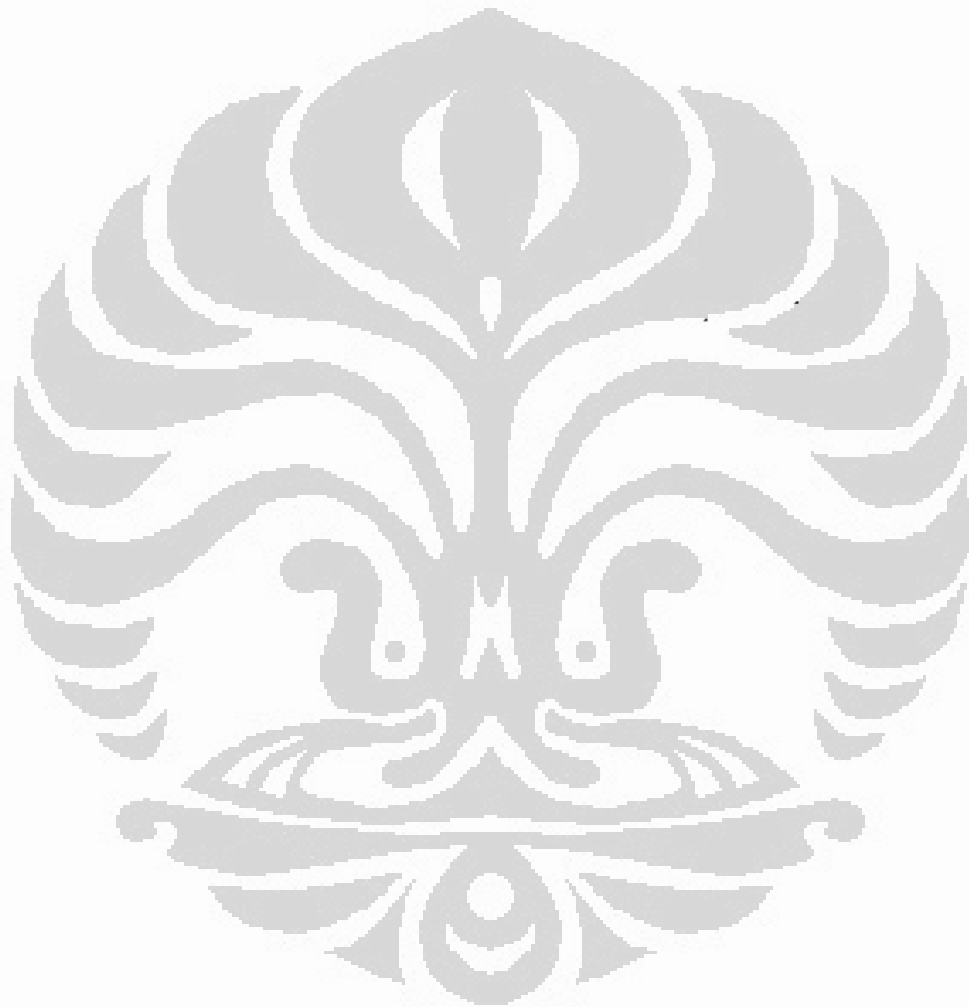
Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan mantan Kepala Bagian Humas sebagai berikut :

“Selama ini ga pernah merasa itu berhasil, karena kalo dah merasa berhasil puas , kita ga kun maju. Tapi berhasil itu patokannya kita ada jadwal ini, terlaksana. Jangan merasa hebat, wah .. udah kelar itu, besoknya bisa off lagi. jadi jangan berfikir dah berhasil. Berjalan tapi tidak berhasil ya jangan juga. Jadi kita ga pernah mengkondisikan berhasil atau ga, intinya point pertama .. ee sudah berjalan, trus sesuai dengan rencana. Yaitu.. nah.. sambil jalan terencana ini kita lihat bagaimana yang kita rasakan dengan situasi itu. jadi jadi kita ga pernah menentukan oh berhasil. Oh kurang. Sejelek-jeleknya pun kita harus cukup ok. Next time jangan sampe begitu. Jadi susah. Tapi ga tau ya kalo ada yang mengukur. Kalo dari segi anggaran terserap. Hanya memenuhi target aja, bukan berhasil.

Sedangkan terkait indikator keberhasilan dalam pelaksanaan program kerja kehumasan, Staf Ahli Bidang Informasi dan Komunikasi Pemuda dan Olahraga menyampaikan hal sebagai berikut :

“sebenarnya kalo dilihat aja makin sedikit kritik terhadap kantor ini itu berarti semakin berhasil, memang ya alhamdulillah kritik terhadap kantor ini sejauh ini masih anu.. masih kecillah. Tingkat unjuk rasa yang datang kemari juga , masalah masalah eksternal.”

Dasar tujuan kegiatan kehumasan adalah membangun hubungan baik dengan seluruh pemangku kepentingan terkait sehingga tujuan organisasi, dalam hal kebijakan dan rencana strategi Kementerian Pemuda dan Olahraga mendapat dukungan dan partisipasi aktif dari pemangku kepentingan terkait tersebut, sehingga salah satu ukuran terbaik untuk mengukur keberhasilan program humas adalah dukungan dan partisipasi masyarakat terhadap kebijakan Kemenpora.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Analisis manajemen kehumasan yang dilakukan oleh Bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga menurut konsep Cutlip, Center & Broom (2005) bahwa semua tahapan proses manajemen kehumasan mulai dari mendefinisikan masalah, membuat rencana dan program, melakukan tindakan dan komunikasi, serta evaluasi program telah dilakukan oleh Bagian Humas Kemenpora.

Namun dalam tahap mendefinisikan masalah belum dilakukan dengan penelitian yang sistematis sehingga analisis situasi yang dilakukan masih minimal. Dalam tahap perencanaan dan program kurang, Bagian Humas cenderung kurang berperan strategis. Sedangkan dalam tahap tindakan dan komunikasi, Bagian Humas lebih bersifat teknis. Pada tahap evaluasi program, evaluasi dilakukan pada akhir pelaksanaan program kerja tahunan berdasarkan daya serap anggaran dan belum mencakup setiap fase proses manajemen mulai dari persiapan, implementasi dan dampak program.

5.2. Saran

5.2.1. Bagi Kementerian Pemuda dan Olahraga

Bagi Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora), dalam melakukan proses manajemen kehumasan perlu melakukan beberapa hal sebagai berikut :

1. Dalam Pendefinisian Masalah

Dalam tahap ini, sebaiknya Bagian humas melakukan analisis situasi dengan penelitian informal dan formal secara sistematis. Baik menggunakan metode analisis isi pemberitaan mengenai kepemudaan dan keolahragaan maupun metode formal lainnya seperti survey.

2. Dalam Membuat Rencana dan Program

Dalam tahap ini Bagian Humas sebaiknya turut berperan strategis dalam pengambilan kebijakan organisasi. Sehingga

3. Melakukan Tindakan dan Komunikasi

Dalam merealisasikan program kerjanya, sebaiknya Bagian Humas menggunakan sarana komunikasi yang populer dan dekat dengan sasaran humas yaitu pemuda berusia 16-30 tahun, seperti jejaring sosial di internet, iklan layanan masyarakat yang menarik dan memilih media cetak maupun elektronik yang memiliki segmentasi sesuai sasaran humas Kemenpora.

4. Evaluasi Program

Dalam tahap ini sebaiknya Bagian Humas melakukan evaluasi yang mencakup setiap fase proses manajemen mulai dari persiapan, implementasi dan dampak program.

5.2.2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya perlu dilakukan penelitian dampak program kehumasan Kementerian Pemuda dan Olahraga baik secara kualitatif dan kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anggoro. M.Linggar., *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta :Bumi Aksara, 2005.
- Ardianto, Elvinaro. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kualitatif & Kuantitatif*. Jakarta:Simbiosis Mekatama Media, 2010.
- Arikunto. Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta:Rineka Cipta, 1998.
- Canfield, Bertrand R., *Public Relations Principles, Cases & Problems*. Illinois:Richard P. Irvin, Inc., 1956.
- Cresswell, John W. *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*. Second Edition. CA:Sage Publications, Inc., 2003.
- Cutlip, Scott M., Allen H.Center and Glen M.Broom. *Effective Public Relations, Merancang & Melaksanakan Kegiatan Kehumasan dengan Sukses*. Jakarta:Indeks, 2005.
- Dewanata, Pandu dan Chavchay Syaifullah. *Rekonstruksi Pemuda*. Jakarta:Kementerian Pemuda dan Olahraga, 2008.
- Effendi, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung:Remaja Rosda Karya, 2002.
- Effendi, Onong Uchjana. *Human Relations dan Public Relations dalam Manajemen*, . Bandung:Penerbit Alumni, 1993.
- Effendi, Onong Uchjana. *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikologis*, Bandung: Rosda Karya, 2002.
- Greener, Tony. *Kiat Sukses Public Relations dan Pembentukan Citranya*. Jakarta:Bumi Aksara, 2002.
- Haywood, Roger. *All About Public Relations*., Berkshire:Mc.Graw Hill, 1990.
- Irawan, Prasetya. *Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*.Jakarta: Departemen Ilmu Administrasi Fisip UI, 2006
- Jefkins, Frank. *Public Relations Techniques*. CA:Heineman Professional Publishing, 1992.

- Kartono, Kartini, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung:Remaja Rosda Karya, 1996.
- Kotler, Philip, Hermawan Kertajaya and Iwan Setiawan. *Marketing 3.0*. New Jersey:John Wiley & Sons,Inc., 2010.
- Kusumastuti, Frida. *Dasar-dasar Humas*. Jakarta:Ghalia, 2002.
- Laemer, Richard, and Michael Phichinello. *Full Frontal Public Relations*. Jakarta:BIP, 2009.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 1989
- Miles, Mathew B., and A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta:UI Press, 1992.
- Poerwadarminta.WJS. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta: Balai Pustaka.
- Peorwandari, Kristi.E. *Pendekatan Kualitatif Dalam Penelitian Psikologi*. Jakarta: LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia, 1998
- Nasution, Zulkarnaen. *Komunikasi Pembangunan, Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Jakarta:Grafindo, 2009.
- Ritonga, M. Jamaluddin. *Riset Kehumasan*. Jakarta:Grasindo, 2004.
- Rumanti, Maria Assumpta. *Dasar-dasar Public Relations Teori & Praktek*, 2001.
- Ruslan, Rosady. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, Jakarta:Grafindo Persada, 2005.
- Sriramesh, Krishnamurty. *Public Relations in Asia an Anthology*. Singapore:Thomson Asia Pte.Ltd., 2004.
- Suparmo, Ludwid. *Aspek Ilmu Komunikasi dalam Public Relations*. Jakarta:Indeks, 2011.
- Suyanto, Bagong. *Metode Penelitian Sosial; Berbagai Alternatif Pendekatan*. Surabaya: Universitas Airlangga Press, 2005
- Tubbs, Stewart L., and Sylvia Moss. *Human Communication, Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung:Remaja Rosda Karya, 1996.

Peraturan

Peraturan Presiden Nomor 47 tahun 2009 tentang Pembentukan dan Organisasi Kementerian Negara, Mengubah Semua Bentuk Departemen, Kantor Menteri Negara dan Kantor Koordinator menjadi Kementerian Negara.

Peraturan Menteri Pemuda dan Olahraga Nomor 193 tahun 2010 tentang tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pemuda dan Olahraga

Situs

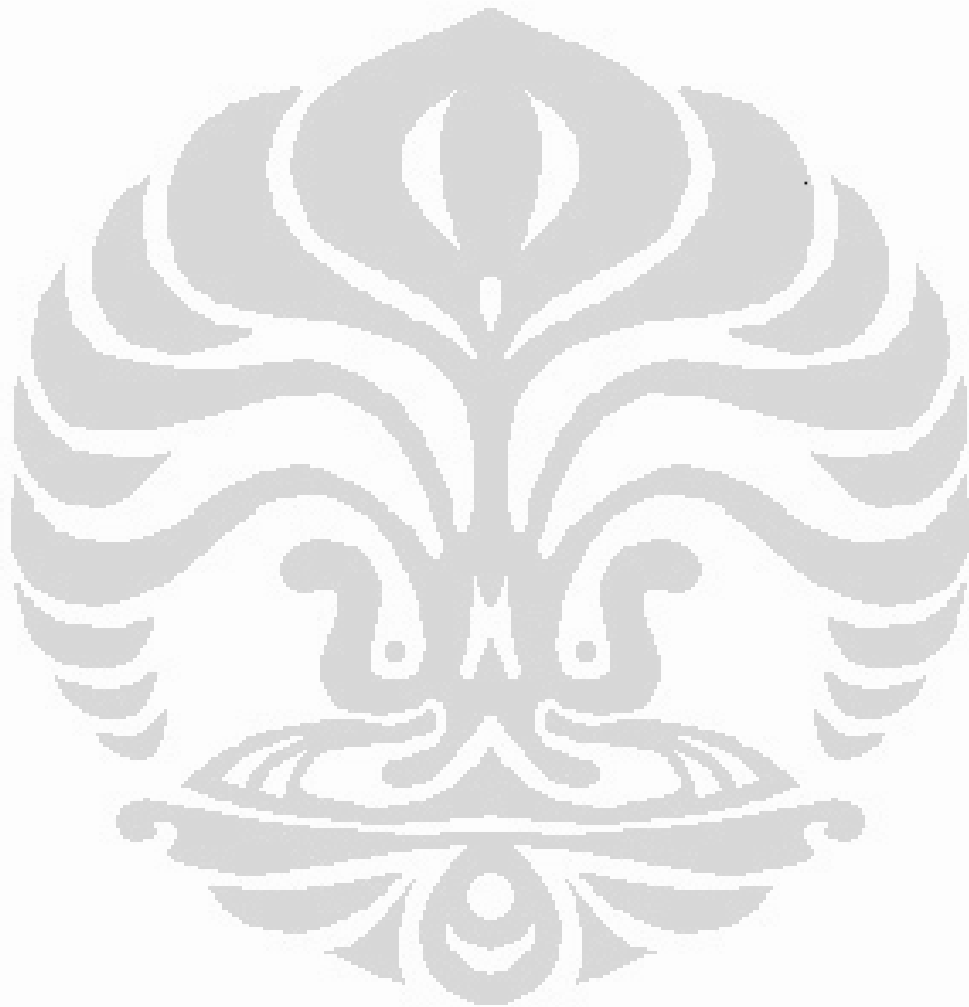
www.kemempora.go.id

www.kompas.com

www.detiknews.com

Karya Ilmiah

Mory, Piet Magda, Analisis Fungsi, Peran, Tugas dan Strategi Humas pada Kemcnterian Pemuda dan Olahraaga Republik Indonesia, Skripsi, Depok, 2008.



LAMPIRAN
Panduan Wawancara

Informan : Mantan Kepala Biro Hukum, Hubungan Masyarakat dan Organisasi Tata Laksana Periode 2008-2010

- 1) Apa peran humas dalam organisasi Kementerian Pemuda dan Olahraga?
- 2) Bagaimana pelaksanaan fungsi dan tugas humas Kementerian Pemuda dan Olahraga?
- 3) Ruang lingkup humas dalam organisasi Kementerian Pemuda dan Olahraga?
- 4) Bagaimana keterpaduan program kerja organisasi Kementerian Pemuda dan Olahraga?
- 5) Bagaimana proses manajemen kehumasan dilakukan?

Informan : Kepala Bagian Hubungan Masyarakat Periode 2008-2010;

- 1) Bagaimana proses manajemen kehumasan dilakukan?
- 2) Bagaimana proses pendefinisian masalah?
- 3) Bagaimana proses perancangan dan program kehumasan dilakukan?
- 4) Bagaimana proses tindakan dan komunikasi kehumasan dilakukan?
- 5) Bagaimana proses evaluasi program kehumasan dilakukan?

Informan : Kepala Sub Bagian Publikasi dan Pemberitaan.

- 1) Bagaimana proses manajemen kehumasan dilakukan?
- 2) Bagaimana program kerja di subbag publikasi dan pemberitaan dilakukan?
- 3) Bagaimana teknis publikasi dan pemberitaan dilakukan?

Informan : Staf Ahli Bidang Komunikasi dan Informasi Pemuda dan Olahraga;

- 1) Apa latar belakang adanya staf ahli bidang komunikasi dan informasi pemuda dan olahraga?
- 2) Apa fungsi adanya staf ahli bidang komunikasi dan informasi pemuda dan olahraga?
- 3) Apa wewenang staf ahli bidang komunikasi dan informasi pemuda dan olahraga?
- 4) Apa program kerja staf ahli bidang komunikasi dan informasi pemuda dan olahraga?
- 5) Bagaimana koordinasi tentang kegiatan kehumasan dilakukan?
- 6) Bagaimana evaluasi Program Kerja kehumasan selama tiga tahun ini apa saja?
- 7) Bagaimana proses manajemen kehumasan dilakukan?



Wawancara dengan Bapak I Gusti Ngurah Sucitra, M.Si.

Asisten Deputi Organisasi Keolahragaan, Mantan Kepala Biro Humas, Hukum dan Organisasi Tata Laksana Periode 2008-2010

Tanggal : 22 Juni 2011, Pukul 13.05-14.15

E : Endang, S : Sucitra

(E) Apa yang ditekankan kepada bagian humas pada tahun 2008 – 2010 ?

(S) Saya berangkat dari organisasi dulu ya. Bahwa Suatu organisasi itu biasanya menganut minimal 4 komponen yaitu mengenai struktur, mengenai system, mengenai strategic stratejik organisasi, dan mengenai sumberdaya. Sehingga organisasi itu mempunyai suatu tujuan. dalam meneapai tujuan organisasi itu menggunakan struktur, sistem, strategi dan sumberdaya manusia. Oleh karena itu organisasi itu pasti membuat suatu landasan operasional yang dituangkan di dalam renstra namanya rencana strategi. Di dalam rencana strategi itu ada visi, misi, arah kebijakan, sasaran, strategi, termasuk tujuan organisasi. Nah Sekarang unit terkecil sebagai bagian sub ordinat terkecil dari organisasi kemenpora , nama nomenklaturnya adl biro hukum, humas dan OTK . itu nama organisasinya. Tapi karena kebutuhan organisasi, dan adanya suatu tuntutan masyarakat, perubahan – perubahan di lingkungan masyarakat, maka organisasi kementerian pemuda dan olahraga maka menilai perlunya penyempurnaan atau reorganisasi. Nah, berdsarkan peraturan menteri pemuda dan olahraga no 193 thn 2010 maka nomenklatur bior yang menganni urusankehumasan itu namanya biro humas, hukum dan kepegawaian. Nah, Oelh kararen itu, terkait dengan humas,maka humas ini menagangani urusan terkait dengn kehumasan yang dikomandani oleh kepala bagian, seorang kepala bagian.

(E) Apa humas mencakup semua ?

(S) Jadi kalau misalnya peran tugas dan fungsi humas yang dibawah biro humas, hukum dan kepegawaian ini adalah mengkomunikasi kebijakan2 kementerian kepada masyarakat urusan pemerintahan di bidang kepemudaan dan keolahragaan.

(E) Mencakup menteri dan deputi ?

(S)Iya. Makanya apa, mengkomunikasikan, melaksanakan urusan apa hub mas terkait dengan kebijakan urusan pemerintahan di bidang pemuda dan olahraga.

(E) Kemaren sempat ngobrol, dalam realisasinya tidak mengcover semua deputi?

(S)Biro hukmas khususnya Bag.humas itu mempunyai suatu kegiatan yang dirumuskan untuk tahun 2011 dirumuskan pada tahun 2010, untuk 2012 dirumuskan 2011.nah rumusan kegiatan kegiatan urusan hubungan kemasyarakatan di tahun 2011 ini hasil dari ketetapan yang sudah dituangkan dalam 2010. Nah tugas dan fungsinya adalah melaksanakan apa yang telah diraneang pada tahun 2010, nah itulah yang kita dengar dengan istilah daya serap. Apabila rancangan kegiatan yang dituangkan dalam 2010 dilaksanakan 2011 itu harus melakukan komponen-komponen itu sehingga bisa apa..ee..pada saatnya nanti bisa mempertanggungjawaban kegiatan dan anggaran belnja negara. Gitu mba. Nah Tentu orientasi dari keg2 itu adl..e.e.. mengkomunkasikan kebijakan2 urusan pemerintahan dalam pemuda dan olahraga. Nah, Persoalan nanti di teknis kedeputian itu ada kegiatan 2, kita pilih kegiatan2 strategik yang terkait pemuda dan olahraga, baik deputi kepemudaan maupun deputi keolahragaan, kenapa tidak bisa mengcover kepada seluruh kegiatan ada 27 eselon 2 yang mempunyai suatu kegiatan2 itu kalo kita cover seluruhnya itu tidak mungkin dilaksanakan karena keterbatasan anggaran. Misalnya dari 27 itu mempunyai 20 saja kegiatan.. iya kan .. berarti berapa? 54.. dua asdep itu .. kali 27.. iya kan setahun .. gitu.. dua asdep aja udah 54 kegaitan .. kali 27 asdep.. iya gitu..

(E) Apakah anggaran dipengaruhi struktur?

(S)Ngga, di biro itu kan kegiatan itu di bidang2, nah bidang humas itu ada kegiatan, bidang kepegawaian ada kegiatan, bidang hukum ada kegiatan, bagian sisinfo ada kegiatan. Itu menjadi satu unit biro. Anggaran biro dibagikan ke bagian2 yang melaksanakan bagian.

(E) Di beberapa institusi, humas ada di level biro? Apakah di desain karena hanya level bagian?

(S) Bukan di desain seperti itu? Di desain untuk mengcover semua, tapi karena keterbatasan anggaran tidak bisa mengcover. Persoalannya kenapa humas itu pada level bagian, tidak level biro, itu masalah struktur dimana nomenklatur ini kewenangannya ada di kementerian BR. Pada waktu itu kita maksimal biro itu ada 3, yaitu biro perencanaan..

ee.. terus.. biro umum.. waktu itu sekarang biro keuangan dan rumah tangga, digabung .. biro perencanaan digabung dengan organisasi tata laksana, biro keuangan.. ee.. digabung dengan biro rumah tangga. Nah terus.. biro humas hukum dan kepegawaian. Gitu.. nah! Persoalannya kenapa itu nomenklatur itu dibagi apa.. karena itu untuk membagi habis fungsi organisasi tugas gitu... mungkin di kementerian lain ada lima biro. Karena ada lima biro maka humas, hukum dan kepegawaian itu dipisah gitu... misalnya biro humas.. eh.. biro humas tersendiri, terus... ada juga biro humas digabung sama hukum.. atau biro hukum dan kepegawaian bisa digabung .. gitu.. beda beda memang. Melihat dari bibit dan beban tugas di kementerian itu sendiri, sehingga apakah ini di level biro atau di level bagian. Kalo maunya kami, ada di level biro humas itu. Gitu. , tetapi kan dari sistem keorganisasian yang dianalisis oleh kewenangan yang dimiliki oleh kementerian ya..seperti itu.

(E) Jika di perusahaan produk, di kementerian ada dua core, berjalan seriringan atau salah satu terekspos? Misalkan lebih OR yg terlihat/

(S)Produk besarnya adalah uu sistem keolahragan dan undang-undang kepemudaan nomor 40.

Jadi gini, Kalo dari visi kita.. dan misi kita adalah bagaimana .. artinya tidak membedakan kedua core itu. Baik pemuda dan olahraga. Persoalannya di lingkungan luar, katakanlah di lingkungan media, eh... khususnya di media cetak, di media elektronik juga ada, yang milik swasta itu.. ada khusus wartawan olahraga, ini persoalannya. Iya... tidak ada wartawan pemuda. Nah begitu juga di elektronik,. Ada wartawan olahraganya, tidak ada wartawan pemudanya. Makanya di dalam mempromosikan .. dalam konteks ..e.. apa.. membangun opini itu sangat sulit untuk kepemudaan.. karena masuk di bidang mana, kadang-kadang mana.. apa.. kadang-kadang masuk di politik, kadang masuk .. apa itu ya.. humaniora... nah kalo olahraga sudah punya halaman dia, iya... nah, halamannya banyak dan punya halaman.

(E) Berarti lebih karena faktor eksternal pak? Jika dari kebijakan kemenporanya sendiri bagaimana?

(S)Kalo kebijakan kemenpora dalam konteks bagaimana mengkomunikasikan itu sama.

(E) Dari segi anggaran dan publikasi sama pak?

(S) Dari publikasi sama. Misalnya, ekstrim kalo terukur gitu ya, kan ada yang disebut hari olahraga nasional, hari sumpah pemuda yang kebetulan dikoordinasikan oleh kementerian. Ya misalnya kalo ekstrimnya terukur itu dihitung dari angka, misalnya kalo hari sumpah pemuda atau haornas kita menggerakkan elektronik 20 elektronik, haornas juga 20 elektronik. Sumpah pemuda juga 20 elektronik. Itu untuk memudahkan ukuran..heeh.. gitu lho.. persoalannya kalo di haornas hari olahraga nasional .. itu ada wartawan olahraga juga diluar yang kita komunikasikan

(E) Balik lagi, karena tidak semua dikover humas, deputi bisa buat sendiri pak?

(S) Bisa. Ee.. kadang-kadang ini.. di deputi itu tolong ini saya mintakan nomor kontak wartawan, saya mau menyelenggarakan ini.. kita kasih..

(E) Kalo secara penyelenggaraan sendiri-sendiri?

(S) Sendiri-sendiri.. kita pada lebih pada event event yang besar. Nah disini juga di struktur yang baru ada staf ahli informasi dan komunikasi pemuda dan olahraga.

(E) Renstra kan lima tahunan ya pak, kalo tiap tahun ada yang ditonjolkan jadi tagline tidak? Misalkan kalo diswasta ada produk x? kalo di kemenpora bagaimana?

(S) Tentu setiap akan mengkomunikasikan itu melihat momentum. Misalnya momentum.. ehm.. 14 agustus misalnya ..ya.. hari pramuka..kita kan punya asdep pramuka kepanduan itu kan.. apa kegiatan itu kita ekspos besar. Terus.. tujuhbelas agustus., kita punya program yang namanya paskibraka, pasti kita ekspos besar. Gitu.. terus... ehmm.. hari olahraga nasional.. kita ekspos besar. Terus hari sumpah pemuda kita ekspos besar. Nah itulah momentum momentum dalam tahunan. Kalo misalnya dalam kategori tahunan besar gitu misalnya ..ee.. seperti sekarang sea games gitu ya .. apa kebijakan kementerian dalam konteks..e .. bagaimana .. katakanlah meraih juara umum, nah kita terlibat disitu.. gitu..

(E) Kalo kayak seagames ini ada tiap tahun ? kalo 2008, 2009 apa ya pak?

(S) Ga. Seagames ini dua tahunan, kebetulan tahun ini di Indonesia.

(E) Kalo tiap tahun, ada tagline tidak?

(S) Tiap tahun.. misalnya tahun 2009 gitu ya.. itu kan lagi memproses uu kepemudaan..itu kita memberikan porsi juga supaya bagaimana masyarakat ini berpartisipasi memberikan suatu masukan masukan terhadap regulasi di dalam pengaturan kebijakan kepemudaan .. gitu. Masyarakat itu sadar.. misalnya diterbitkannya uu, jangan sampai masyarakat itu kaget kok ujug ujug ada uu .. kita juga sosialisasikan uu itu melalui media cetak.. gitu..

(E) Bagaimana proses keterpaduan kegiatan kehumasan di bagian humas dan di deputi ?

(S) Jadi gini, polanya itu ada sistem pola konsinyering, jadi ketemu semua eselon 2 untuk membicarakan program-programnya. Apa yang diprioritaskan di 2012, nah humas ini sudah melihat sehingga dia menyesuaikan juga dengan kegiatan – kegiatan yang akan dituangkan didalam 2012 untuk mengcover di urusan hubungan masyarakat. Gitu..

(E) Jadi humas yang menyesuaikan dengan kegiatan-kegiatan yang akan ada pak?

(S) Heeh. Yang akan dituangkan oleh masing-masing asdep di kedepatian. Tentu ini juga akan mendapat pengarahan dari deputi. Deputi juga melihat dari aspek kondisi .. ee.. pemerintah di bidang urusan pemuda dan olahraga .. prediksi ke depan. Apa prospektifnya, apa yang menjadi ikon, apa yang menjadi prioritas, kira – kira indikator apa saat ini.. harus dilihat seperti itu. Misalnya pon di riau, ya udah bidang olahraga prestasi apa.. bidang pembibitan apa.. ini ini harus kita lihat terus. Bidang pemuda seperti apa. Gitu.. Misalnya juga nanti di 2013 ada Islamic games, gitu.. jadi momentum besarnya pasti ada setiap tahun. Itu jadi presentase misalnya presentase kebijakan a gitu, kita presentasikan 60% untuk a, sisanya untuk yang lain. Gitu..

(E) Jadi sudah terlihat dari awal ya pak, misalkan deputi mau ngadain seminar, humas membuat beranda publikasi diluar berapa itu sudah terlihat ya pak?

(S) Iya. Tapi karena bukan kita yang punya perusahaan koran itu ya, kadang kadang kita sudah undang, kita menghadirkan wartawan di acara seminar deputian mana .. gitu ya.. wartawan kurang berselera. Itu kan kita susah jadinya. Iya.. kita bantu mengundang, mengkomunikasikan tapi.. wartawannya sudah nulis, redakturya mungkin.. melihat.. iya kan mereka juga mempunyai strategi seperti apa.. kan..

(E) Kalo dulu kan bagian ke biro, biro ke scsmen. Ah sekarang ada staf ahli, ini bagaimana ya koordinasinya dengan kabiro hukmas peg?

(S) Staf ahli dibawah menteri. Tetapi biro juga.. apa.. staf ahli juga bisa melaksanakan koordinasi. Kan setiap disini harus melakukan koordinasi. Walaupun tidak tertulis. Misalkan saya koordinasi dengan biro walaupun di asdep. Gitu. Karena kan kalo ada momentum besar atau rapat, itu fungsinya. Ada masukan masukan apa.

(E) Dengan posisi di bagian, selain masalah anggaran, ada kelemahan lain ketika posisi humas di level bagian?

(S) Masalah anggaran menurut saya itu masalah klasik ya. Kalo masalah potensi sumber daya manusianya saya rasa .. ee.. dari humas itu ada s2 komunikasi, s1 komunikasi, trus jam terbang pengalamannya sudah ada yang berpengalaman di media elektronik . artinya dalam konteks wawasan mumpunilah. Mumpuni itu sebagai kekuatan. Iya kan. Yang kita tidak optimal ya keterbatasan anggaran.

(E) Jika dari segi pengambilan kebijakan, ada masalah tidak dengan level bagian atau kedekatan dengan puncak manajemen?

(S) Iya kalo menteri itu bisa direct langsung. Gitu. Dalam sistem birokrasi itu, menteri itu bisa langsung ke staff kalo memang butuh kecepatan, beliau tau staff yang ngetik.. coba.. gitu.. tapi dalam konteks suatu kebijakan kan pasti melalui kedeputian. Pemikiran kebijakan. Tapi kalo membutuhkan kecepatan. Coba saya pinjam kamera, gitu misalnya yak an tidak harus ke sesmen ke biro. Langsung aja kan ke bagian foto. Coba you .. bisa direct langsung.

(E) Kalo tentang program humas itu bagaimana?

(S) Itu level biro.

(E) Analisis situasi ? untuk proker thn 2011 atau tahun tahun sebelumnya bagaimana?

(S) Jadi gini, kadang biro itu diikutsertakan dalam rapat pimpinan. Tentu dalam rapat pimpinan itu membahas persoalan nasional dimana dalam persoalan nasional itu presiden memimpin rapat dihadiri oleh menteri-menteri cabinet .. iya kan. Nah semua urusan pemerintahan baik itu urusan pemerintahan dalam kementerian dalam negeri, urusan kesehatan di kementerian kesehatan. Urusan pemuda dan olahraga itu urusan kementerian pemuda dan olahraga apa yang menjadi kebijakan nasional yang disampaikan dalam rapat itu. Nah kalo itu misalnya itu stratejik dan harus segera dilaksanakan, tentu pak menteri mengumpulkan para deputi dan staf ahli , nah disitulah kadang-kadang kalo dipandang perlu biro diikutsertakan. Nah kepala bironya disitu harus bisa melihat ..oh ini kebijakan nasionalnya, ini kebijakan teknis urusan pemuda dan olahraga yang disampaikan oleh pak menteri oleh karena itu saya sebagai humas harus merancang seperti ini ini baru mengambil dikorelasikan dengan kegiatan yang sudah dirancang.

(E) Itu situasional atau tiap tahun ?

(S) Kita karena sudah mengantisipasi di ..di.. apa.. di ...tahun sebelumnya.. nyambung aja itu kegiatan nasional. Walaupun dalam dadakan gitu. Gitu.

(E) Selain dalam rapat besar, gimana dalam proses rutinnya?

(S) Biasanya didalam merumuskan kegiatan tahun berikutnya itu biasanya baik dari atas maupun dari bawah, sehingga ada titik temu. Nah itu baru dirumuskan dalam nomenklatur kegiatan. Nanti tinggal melaksanakan aja. Gitu.. dua-duanya kita lakukan. Karena kan yang tau kendala di tingkat teknis kan anak buah yang tahu, tapi rumusan kebijakan pimpinan yang mengetahui. Nah kita bagaimana menjembatani kedua-dua ini.

(E) Itu tiap tahun?

(S) Iya, namanya rakor, itu setiap tahun, dikoordinasikan oleh perencanaan. Selain rapat rapat internal juga. Gitu..

(E) Analisis SWOT ? Selain kelemahan anggaran kelebihan di sdm, dan ancaman di dominan warta olahraga, ada lagi tidak?

(S) Saya rasa sudah.

(E) Kalo teknologi berpengaruh tidak?

(S) Ya, misalkan kita mau mendapat gambar yang baik kita gunakan kamera yang baik. Dan itu sudah punya. Sarana dan prasarana sudah cukup memadai. Trus sdmnya cukup memadai.

(E) Kalo dari strategi, misalkan kalo publikasi luar, itu selalu sarna atau bagaimana ?

(S) Rutin tiap tahun, kegiatan tiap tahun. Kalo inovasi itu ada. Itu namanya prediksi. Bagaimana 2012, itu titik mana yang akan diberatkan.

(E) Kalo kegiatannya sama?

(S) Kalo kegiatannya sama. Publikasinya sama. Kontenya saja yang berbeda. Dokumentasi juga sama. Kan ga ada yang ganti namanya dokumentasi. Iya kan..

(E) Di perpus kemaren, ada kliping, itu digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk membuat program tidak?

(S) Jadi gini, pada waktu saya menjadi kabiro humas hukum, saya gunakan kliping itu sebagai ??, kedua sebagai analisis , ketiga sebagai antisipasi nah setiap minggu kita buat laporan terkait dengan apa... tren di bidang kepemudaan dan tren di bidang keolahragaan termasuk kasus kasus yang menjadi kendala di dalam urusan pemuda dan olahraga. Tiap minggu. Tiap minggu kita buat laporan ke pimpinan. Kalo misalnya saya kebawah say abaca klping yang terkait kementerian pora saya langsung biarakan dengan humas, kalo menyangkut hukum saya diskusi ke hukum. Gitu.. nah.. klipingnya ini diedarkan ke

seluruh deputi dan eselon 1 dan eselon 2. Sehingga ini juga menjadi bacaan yang fokus ke pemuda dan olahraga sehingga menjadikan suatu ..ee... inspirasi untuk pembuatan .. di tengah masyarakat begini.. berarti gini.. gini.. sehingga menuangkan kebijakan dalam kegiatan itu. Gitu..

(E) Laporan reviewnya mingguan ya pak?

(S) Iya mingguan ketika jaman saya.

(E) Ini tingkatnya biro?

(S) Apanya?

(E) Yang menganalisis ini?

(S) Biro. Disampaikan kepada sesmen, tembusan ke deputi dan staf ahli. Berikutnya karena saking sibuknya terhenti. Sekarang karena ada staf ahli informasi dan komunikasi harusnya beliau juga melakukan itu. Di informasi dan komunikasi. Iya kan... beliau memberi telaahan, distribusi ke pak menteri, deputi-deputi.

(E) Reviewnya sempat berapa lama?

(S) Lama.

(E) Ini jadi dasar untuk melaksanakan kegiatan selanjutnya?

(S) Iya sebagai acuan.

(E) Selain itu, pernah melakukan survey atau hal lainnya?

(S) Ga. Karena survey kita lihat dari aspirasi masyarakat aja. Karena biaya survey kan cukup mahal. Artinya media mana yang efektif untuk promosi itu kan..

(E) Indikator keberhasilannya?

(S) Kegiatan terlaksana, walaupun tidak 100% kan. Bangsa tahun kemaren itu 97 koma sekian persen terlaksana kegiatannya.

(E) Dari segi sejauhmana publikasi berefek kebijakan?

(S) Selain kita melakukan publikasi, seelah ada uu, kita juga melakukan sosialisasi ke daerah daerah. Itu bagian hukum yang melaksanakan. Tidak humas. Atau dalam proses pembuatannya, bagaimana masyarakat memberikan masukan-masukannya kita ini..?? bahkan di majalah gatra kita masukan itu UU kepemudaan. Satu buku itu masuk.

(E) Dalam evaluasi, selain terlaksananya anggaran, ada indikator lain?

(S) Dalam evaluasi..e.. ya sebenarnya menunggu masukan dari luar aja, kalo indikator yang pasti itu daya serap itu.

(E) Jika diswasta itu akan mudah melihat korelasi antara PR dan penjualan, kalo di kemenpora itu bagaimana ya pak?

(S) Kita dari masyarakat aja, kelihatannya program orang lain, wah ini program kemenpora banyak ya.. gitu..iya.. itu kan salah satu indikator. 'Folok ukurnya, misalnya ketika menteri ke daerah ..e.. persoalan siapa yang mempublikasikan itu nomor dua, begitu makan di warung.. ada menpora.. nah,, itu kan.. gitu...

(E) Terkait kendali pelaksanaan, bagaimana?

(S) Pendokumentasian itu di kedeputian, dokumentasi kegiatan. Tapi dokumentasi kegiatan itu lebih untuk memberikan penguatan dalam laporan pertanggungjaawban.

(E) Walaupun bisa dilakukan di tingkat kedeputian, adakah aturannya?

(S) Biasanya dikonsultasikan ke humas. Bukan di konsultasikanlah, bahasanya dikoordinasikan.

(E) Ada aturan tertulis tidak pak?

(S) Ada. Kita punya semaeam pedoman bagaimana tata kelola humas di kemenpora.

(E) Terkait dengan peneitraan dalam logo atau seragam, humas dilibatkan tidak?

(S) Waktu pertamanya dipegang humas. Kan gini, terjadi perubahan suatu logo kan. Yang awalnya ada garudanya ini, sekarang diganti ini (menunjuk gambar logo di kalender), nah saya ikut membidani. Kita ini konsultasikan kemana mana. Kita rapatkan di tingkat deputi, rapat di tingkat eselon 2, terakhir pa menteri, sebelum akhirnya kita launching. Pertama itu kotika kita mendapat juara tiga di Laos. Nah itu kan pulang , langsung kita jeber.. nah gitu.. langsung .. momentum..

(E) Berarti ikut serta ya pak, kalo seragam kepegawaian?

(S) Seragam, tidak, itu urusan kepegawaian.

(E) Kalo publikasi, kalender?

(S) Kalender itu urusan rumah tangga. Agenda itu rumah tangga. Tapi kalo menjadi suatu identitas institusi..nah.. kalender kan bukan identitas.

(E) Kalo terkait dengan pemilihan media itu bagaimana?

(S) Tentu kita ingin seluruh segmen bisa baca, dari kalangan penguasa, pengusaha, tokoh, itu maunya kita. Karena anggaran terbatas, kita cari yang dari atas hingga menengah ke bawah. Tetapi tidak misalnya bulletin di yang lain-lain. Ke kompas sudah pasti ga bisa kita. Iya, kecuali ada berita-berita ?? kita undang. Untuk peliputan kita undang. Tetapi

untuk pemasangan advertorial itu pasti kita tidak mungkin ke Kompas. Sekali mau sudah habis itu. itu pertimbangan pertimbangan.

(E) Akhirnya ke anggaran juga ya pak?

(S) Ya, salah satu pertimbangan. Bahasa kerennya itu strategi. Makanya kadang kadang saya ada yang ngasih tau .. apa... ee.. bagaimana koran juga dibaca ... intelektual juga jadi perhatian. Karena apa.. sekedar di kereta api.. saya kan suka naik kereta api.. wah ini juga beredar di kereta api. Juga menjadi saran kita.

(E) Dasar pemilihan media itu bagaimana?

(S) Saya aja, tidak berdasarkan hasil survey atau apa, tapi saya aja.

(E) Dengan segmentasi pemuda dan olahraga, kenapa tidak menggunakan social network?

(S) ee.. tidak selalu. Ada kalanya.

(E) Tidak dijadikan sarana tertentu?

(S) Ga. Media online itu belum kita jadikan bagian utama didalam suatu publikasi tapi kita lakukan. Maka misalnya, momentum pramukan, momentum paskibraka, masuk ke semua media online. Kalo dalam rutinitas tidak.

(E) Kalo akun fb twitter ga ada ya pak?

(S) Ga. Makanya itu dibackup oleh. Nah pada waktu website. Kita linkkan ke Kompas.com. terus media online .. apa.. ada tiga kalo tidak salah. Sampai enam bulan. Media online kan tidak terlalu mahal. Makanya pasang. Di linkkan web kita, dari web kita kan sudah lengkap rutinitasnya . gitu.. jadi informasinya bisa masuk melalui Kompas.com. ini.. gitu pertama-tama pada web portal disini, lama lama orang kan cari sendiri

(E) Humas kan berfungsi ke eksternal dan internal, itu bagaimana?

(S) Kalo internal itu majalah formula, juga ke daerah-daerah, ke perguruan tinggi juga kita, ke stakeholder. Distribusinya perguruan tinggi, trus OKP, terus ke PB PB dibawah koordinasi KONI, daerah dinas dinas dinas olahraga trus di lingkungan kementerian.

(E) Kalo di internal kemenpora, ada bulletin atau web internal?

(S) Ga. Web kemenpora.go.id itu aja.

(E) Berarti majalah formula ke eksternal juga ya pak?

(S) Iya.

(E) Untuk informasi internal, tidak dikover oleh humas ya pak?

(S) Kalo rapat kan humas itu hadir. Misalnya deputi mana rapat, ngundang humas, tanggal sekian ada ini ini.. gitu.. jadi informasi kegiatan ini ini gitu..

(E) Proses evaluasi bagaimana?

(S) Di tingkat bagian itu tiga bulanan, ditingkat level biro 1 bulan, di level sesmen tiga bulanan, digilir itu tempatnya. Apa persoalan, kendala kendala dalam apa..kelancaran pelaksanaan tugas. Evaluasi tahunan ada proses monitoring dan evaluasi itu ada, setiap eselon dua itu. besarannya itu tingkat sesmenpora. Kalo kebiasaan saya itu setiap kegiatan itu sebelum pelaksanaan kegiatan sama setelah kegiatan itu ada ..evaluasi sih nggak.. tapi semacam briefing briefing.. yah evaluasi juga. Misalnya, oh ini .. saya misalnya pas pak menteri kemana,.. kampus ui misalnya.. disitu membuka acara seminar atau narasumber, nah itu saya pasti hadir misal bagian dokumentasi belum datang gitu kan.. saya ada masalah apa kendala apa.. kalo bisa besok survey dulu,koordinasi dengan protocol atau bagaimana. Gitu.. setelah kegiatan saya lakukan itu.

(E) Jadi prosesnya begini ya pak, di tingkat biro 1 bulanan, sesmen 3 bulanan, eselon 2 tahunan, di kementerian tahunan?

(S) Di level kementerian biasanya awal dan akhir tahun.

(E) Evaluasi 2008-2010, adakah sesuatu yang berubah?

(S) Maksudnya?

(E) Misal produk?

(S) Perubahan di mata anggaran, kedua ada kegiatan kegiatan di waktu saya ya seperti media survey itu awalnya ada tetapi kurang begitu efisien, kecuali kita memang lembaga kampanye perlu melakukan itu. Atau misalnya e.. apa.. unit propaganda.. perlu melakukan itu. tapi karena ini pemerintahan, bagaimana mengkomunikasikan kebijakan dan bagaimana bermanfaat bagi masyarakat atas kebijakan kebijakan itu .. ini ada media survey itu yang tidak kita lakukan, kita ganti dengan e.. apa.. semacam advertorial.

(E) Survey media itu, survey di media atau analisis konten media?

(S) Ga tau itu dilakukan kemana dulunya itu. makanya saya tiadakan saya hilangkan. Mungkin kegiatan saya sebelum jadi kepala biro. Kemudian kliping itu yang tadinya tidak ada tulisan semacam kesimpulan atau semacam isi dari tulisan itu, jadi kecepatan

membaca pimpinan disini aja, jadi kalo pimpinan ingin mendalami baca. Itu saja. Penyempurnaan penyempurnaan saja. Penyempurnaan program.

(E) Kliping in jadi referensi ya pak?

(S) Ya sebagai bahan untuk acuan.

(E) Perubahan pejabat jadi masalah tidak?

(S) Kalo di instansi pemerintah itu kebiasaan dan tuntutan organisasi. Yang sedihnya kalo ga menjabat kan..

(E) Kalo bidangnya berpengaruh?

(S) Paling masa orientasi terhadap kebijakan – kebijakan, karena mereka itu sudah terbiasa di media kayak gitu ya, jadi ga soal. Nah itu perubahan itu karena sudah pensiun, gitu.. digantikan. Lalu pensiun lagi. digantikan. Pak muslim kan pindah.. gitu..

(E) Humas kemenpora, lebih menonjol di apa ya?

(S) Berjalan beriring. Bagian dokumentasi, bagian administrasi.

(E) Kalo masalah kebijakan tidak ya pak? Lebih ke masaiah teknis?

(S) Iya lebih ke teknis. Kalo kebijakan lebih dominan 80% kepala biro. 20% teknis.

(E) Bagaimana dengan humas sebagai pintu keluar masuk informasi?

(S) ee.. sebagian besar dan umumnya lewat humas tetapi bukan melarang untuk yang lainnya untuk melakukan komunikasi dan publikasi.

(E) Kalo kebijakannya sendiri, humas tidak dijadikan sebagai pintu keluar masuk?

(S) ee.. tidak harus.. karena hanya publikasi.

(E) Terkait dengan masalah sesmen, informasinya tidak harus mereview ke bagian humas?

(S) Ya mungkin..c..banyak informasi informasi itu wartawan mencari informasi ke humas. Nah cumin mengenai kebijakan sebagai pemegang poliey itu langsung pada tingkat misalkan deputi tingkat teknis sislakan wawancara. Misalkan tentang organisasi bisa langsung ke sesmen. Gitu.

(E) Tidak harus ke humas dulu ya pak?

(S) Wartawan itu ke kita dulu, setelah itu ini mengenai apa ini ini apa.. oh ini tepatnya.. ke bagian apa .. langsung.. misalkan disini kan ada deputi olahraga 2. Misalkan begitu mengenai olahraga prestasi kita beri ke deputi pemberdayaan kan bisa salah, kalo masalah pembibitan ke asdep ini. gitu, bagian ini.. iya..

(E) Terkait dengan KIP bagaimana di kemenpora?

(S) Pada prinsipnya, karena itu regulasi negara kami setuju dan mendukung sehingga kami ada dewan apa namanya.. kita sudah membentuk dan mengusulkan saat itu tetapi karena ada perubahan nomenklatur dilakukan penyempurnaan lagi.

(E) Dibawah humas pak?

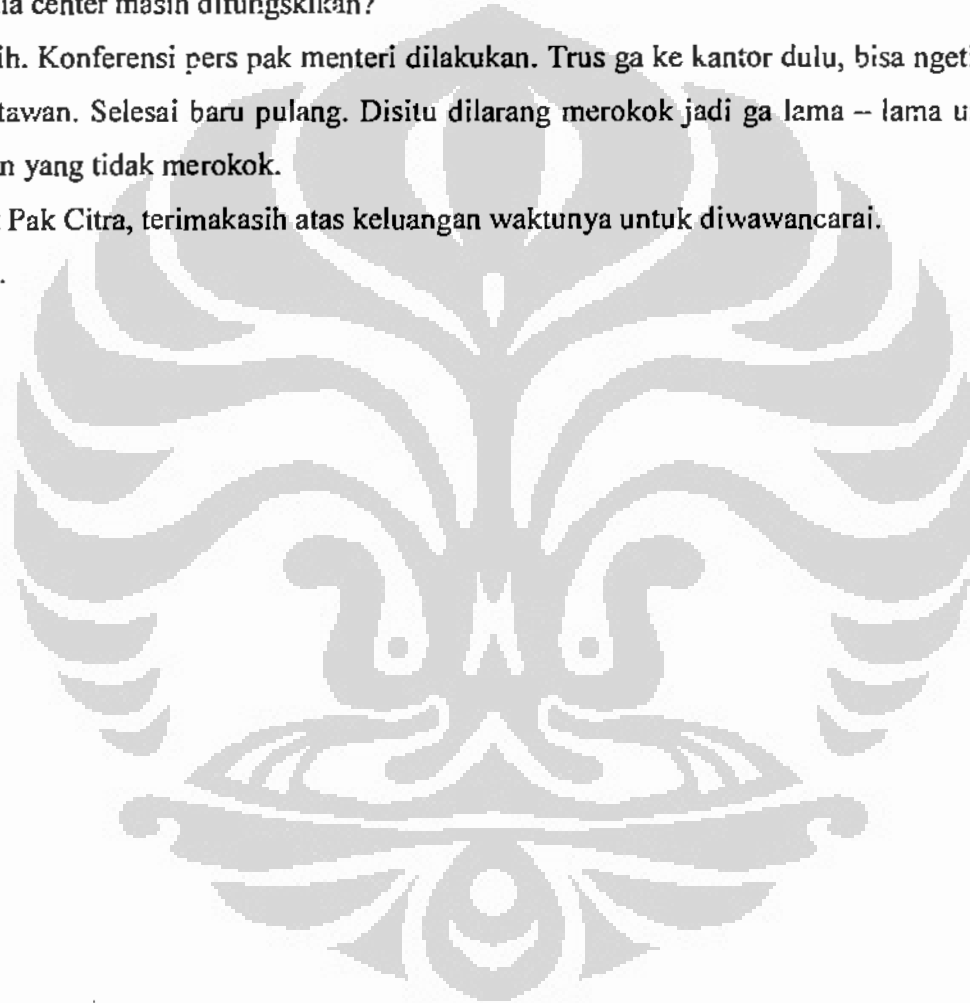
(S) e..tadinya kita arahkan ke staf ahli. Topnya.

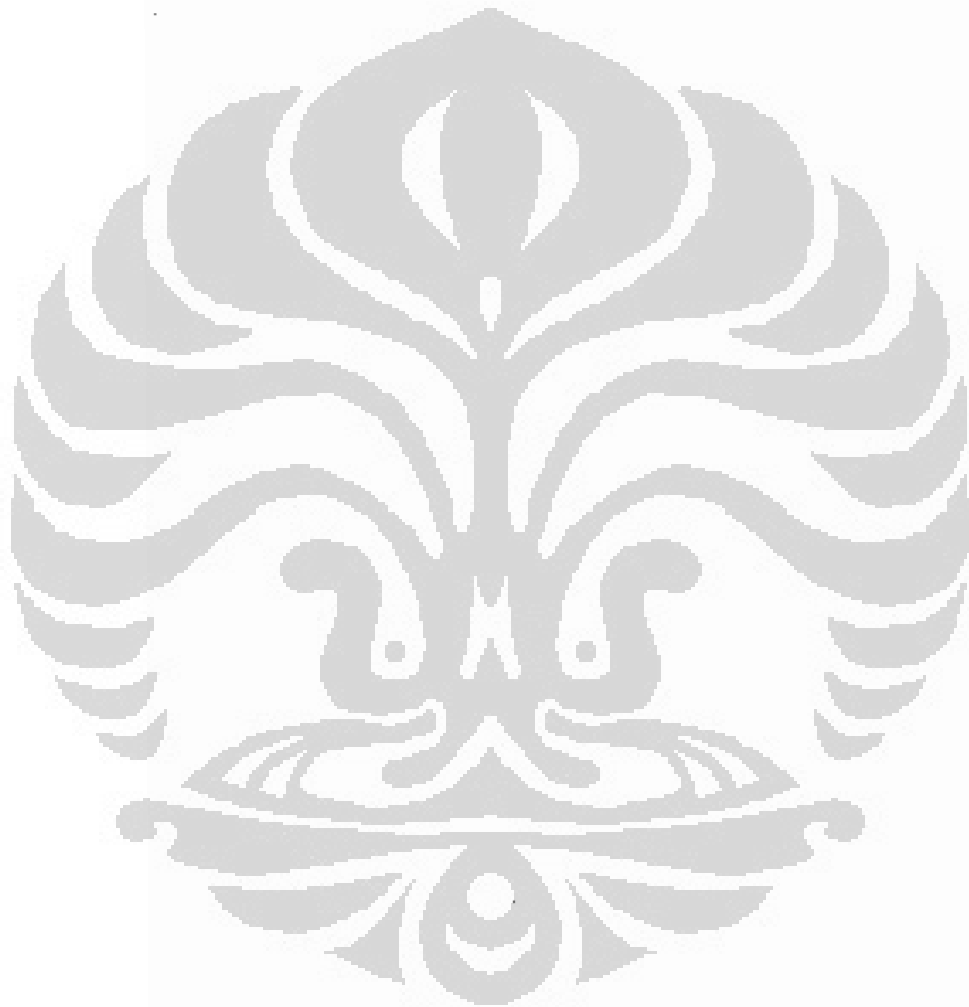
(E) Media center masih difungsikan?

(S) Masih. Konferensi pers pak menteri dilakukan. Trus ga ke kantor dulu, bisa ngetik di situ wartawan. Selesai baru pulang. Disitu dilarang merokok jadi ga lama – lama untuk wartawan yang tidak merokok.

(E) Baik Pak Citra, terimakasih atas keluangannya untuk diwawancarai.

(S) Baik.





Wawancara dengan Bapak Ade Manila.

Mantan Kepala Bagian Humas Periode 2008-2010

Tanggal : 16 Juni 2011, Pukul 13.05-14.15

E : Endang, AM : Ade Manila

(E) Bagaimana proses analisis situasi dilakukan di Bagian Humas Kemempora ?

(A) Pertama harus dibedakan antara perencanaan dari perencanaan (Maksudnya biro perencanaan) dengan rencana humas. Untuk menentukan perencanaan kita situasional, jadi melihat situasi dan kondisi yang ada. Dan kita me...memflashback ke yang lalu, apa yang kurang. Hampir semua sama, intinya hanya .. misalnya formula.. lihat kok monoton.. gini.. gini..terbit terlambat, nah itu kita ubah. Selalu begitu, berawal. Selalu.

(E) Bagaimana proses jalur kebijakan analisisnya ?

(A)Tadi, harus dibedakan perencanaan ada perencanaan, humas ada perencanaan yang jadi perencanaan juga. Makanya harus dibedakan dulu. Untuk perencanaan di humas kita situasional dengan basic kita melihat kebelakang apa. Kecuali tahun 2004, kan dah vacuum lama, kita bingung. Karena udah ditengah-tengah gampang aja, setelah evaluasi yang lalu trus kedepan apa. Berdampak dari evaluasi juga tetep. Untuk yang lama tinggal lihat aja sebelumnya. .. sama copy pastelah. Tapi paling tidak, ada yang berubahnya ada. Tapi anulah, begitu saya inget, kita harus lakukan ini.. langsung administrative evaluative. Tidak perlu nunggu rapat lagi.. akhir tahun.. nggak. Seketika..

(E) Apakah posisi humas di level bagian menjadi masalah?

(A) Itu kan struktur organisasi, kalo namanya kementerian atau departemen ada biro khusus ??pendidik?? missal biro humas nih, nah kembali lagi kita sekarang departemen.. dulu ada departemen ada kementerian. Di depdagri ada biro humas khusus, di kementerian tidak, Karen scopenya beda.kita tidak membawahi daerah, jadi cukup bagian.

(E) karena tidak ada daerahnya?

(A)Iya, kita hanya intern aja, memang scopenye keeil.

Jadi sebenarnya mengenai kebiroan atau kehumasan itu tidak perlu dianukan lagi intinya dia bergantung kepada lembaga itu sendiri. Sejauh mana kebutuhannya. Dan saya juga ada kayak ini kenapa harus biro humas, tempat lain ga.. di pemda juga bisa kepustakaan juga bisa. Juga dibagian hukum bisa aja di bagian laen.

(E) Terkait implementasi dan kebijakan, tidak ada masalah dengan porsi di level bagian?

(A) Sesmen sendiri pada intinya kalo ada mengenai kehumasan karena semua sudah ada bagian tinggal nyuruh ga masalah heh humas kerjakan. Kan tadi terpisah, sekretariat ini dengan deputi beda. Nah itu beda lagi. Gimana kaki ga dikerjakan. Selagi tidak ada peraturan yang menyatakan itu salah. Nah itu yang pengen tau, ada apa ga, tapi jujur ada kalo memang ada kita masalah, tapi selama ini ga ada masaiyah. Karena inspektorat pasti lebih tau, dia lebih mengerti inspektorat. Kalo ini anda tidak boleh melakukan ini. Kecuali yang ga boleh tu jelas, kayak deputi bidang olahraga ini bidang pemuda. Si olahraga ini ..ee.. mempropagandakan kepemudaan bahwa pemuda itu harus olahraga. Itu ga boleh, kan artinya .. memang betul pemuda, tapi sector olahraga ga usah bicara kepemudaan, dia propaganda olahraga siapapun harus olahraga agar sehat jangan dikaitin ke kepemudaan. Atau dibawa bawa LSM biar berolahraga.. jangan.. biar tidak semerawut.

(E) terkait citra, apa citra yang ingin dimunculkan oleh Kemenpora sebagai sebuah institusi?

(A) Situasional. Sekarang lagi apa sih? Yagn lagi anunya... hangatnya.. yang lagi trendnya..nah yang pokok yang tiga tadi yang itu yang harus didulukan. Sambil jalan ini .. tarolah misalnya simpang siur ni tetngang sesmenpora.. nah situasi ini kita anggap harus bagaimana .. nah itu tadi situasional lagi.

(E) Kalo salah satu bentuk citra adalah lambang, seragam, apakah humas ikut serta disitu ?

(A) Kalo seragam udah kesepakatan semua. Itu diputuskan oleh sesmen. Dirapatkan dulu semua. Mulai dari melebar lah, mulai dari staf semua, mengkerucut mengkerucut tinggal nanti deputi biro baru nanti ada keputusan.

(E) Kalo lambang?

(A) Lambang ini baru. Karena kan ga boleh lambang garuda kan. Udah sacral sekarang, jadi ga boleh naro sembarangan. Dari grass rootnya apa sih idenya gini.ada ininya... ada ininya.. kita tampung kan .. menengah.. sudah mengkerucut.. mengkerucut.. akhirnya sudahlah kita putuskan walaupun tidak ini benar ga. Tapi sudah keputusan bemrsama. Kan ada juga kayak menpan saya liat secara sekilas pribadi sayakok ada gambar kayak sirip apa apa.. umpamanya kan gitu. trus pendidikan kenapa harus ada gambar buku gambar pena.. umpanya kayak gitu.

Memang intinya yang saya tangkap humas itu corong. Nah kenapa di kita tidak begitu, takutnya ada sesuatu kebijakan yang ga tersampaikan salah.. makanya kalo saya, kalo ada apa apa, silakan ke yang bersangkutan. Daripada saya ambil alih. Dari segi keselamatan juga. Makanya.. dari

pada kita salah, lebih baik ya sudahlah..tapi kalo dia bilang . kan ga musti deputy yang nanganin anak buahnya lagi.. kalo pun dia belum tau, ya kita akan tunda. Memang intinya sekarang ka nada keterbukaan informasi , dengan keterbukaan itu juga kita ga bisa nutupin, ya kalo ada yang nanya ya kita akan sampaikan.

(E) Terkait dua core kepemudaan dan keolahragaan, bagaimana pengelolaannya?

(A) Mereka ka sudah melakukan sebelum sebelumnya. Sudah tau pokok di situ, udah disiapkan. Olahraga misalnya. Anda bandingkan, hari-hari ini mana yang lebih banyak, olahraga kepemudaan atau umum? Kira-kira apa yang paling banyak disitu?

(E) Keolahragaan.

(A) Kenapa keolahragaan coba?

(E) Hehehe. Kemenpora maksudnya? Ada SEAGAMES, PSSI, Keolahragaan.

(A) Anda inget ga hari sabtu minggu, orang biasanya melakukan apa?

(E) Jogging. Olahraga.

(A) Bukan untuk artikel olahraga biasanya diangkat sabtu minggu.

Dari hari itu saja sudah membedakan dari hari yanglain. Jadi kegiatan kepemudaan atau umum lainnya kalah.dengan dua ini. Kita tuh sabtu minggu kadang-kadang tidak di rumah. Ngikutin kegiatan menteri juga. Kegiatan inilah pembukaan itulah, penutupan ini. Itu dua hari itu sudah padat.

(E) Lebih karena eksternal, bukan karena yang lebih diekspos memang keolahragaan?

(A) Olahraga sama,pemuda sama. Cuma pemuda emang tiap hari ada kongres, tiap hari ada pembukaan seminar. Coba anda dengar deh, dari pemuda, apa itu kongres, apa itu workshop, apakah itu jambore, ada ga pemberitaannya. betul-betul sabtu minggu yang funbike yang senam yagn apa.. sepeda sepeda lagi.. ada basket..ada renang. Karena ada domain itu lagi.vSabtu minggu itu domain olahraga, coba buang hari sabtu minggu dah ga kelihatan lagi.apa ada olahraga hari selasa olahraga dibuka..

(E) Tidak ada perbedaan antara dua core tersebut ya pa?

(A) Kita bicara Kemenpora. Kemenpora nyungsep kita nyungsep. Kita ga milih-milih itu. Sekarang misalkan kegiatan pak Menteri apa, kayak dimana itu ada Jambore Pemuda, itu domainnya kepemudaan, di Malang, kita ekspos juga, kita ajak wartawan, bikin beritanya, gubernur kita ajak dialog juga di tv. Nah nanti bulan Juli ini ada festival internasional pemuda olahraga bahari, FIBOP, itu di NTB. Di Palembang, jamborce nasional pramuka, ntar ada tiga

yang kegiatannya berat. Nah kita dah tau data itu, kita harus dukung. Dia sudah memberikan undangan, eh ntar kita rapat, oh ya. Ntar kita liat, ntar langsung inspirasinya, oh ini berarti kalo kegiatannya tanggal 10 pembukaan festival olahraga bahari, ok kita mundur seminggu, seminggu kita bikin tentang.. ntar bilang, tolong digarap nanti kita nyiapin tempat di tv tentang anda punya kegiatan. Kita sudah menjadwalkan tahun lalu. Agenda rutin di tv ga masalah kita agendakan kita akan anu.. bantu publikasi. Oh saya juga ada bikin di tv swasta misalnya, you tanggal berapa, tanggal sekian, gak papa, jangan tanggal 10 di TV one, tanggal 10 di Metro, tanggal 10 di ini .. ya salah juga.

(E) Jadi itu pak, kalo walaupun itu kegiatan humas tapi yang ngadain bukan humas, ga ikut mengatur?

(A) Ya makanya harus dibedakan itu kegiatan humas, itu kegiatan kehumasan, jadi jangan berfikir pencetakan publikasi harus humas, jangan. Harus dibedakan dulu. Emang humas kegiatannya itu, tapi dia punya itu, ya gapapa, ga masalah.

(E) Tidak koordinasi atau kendali di bagian humas? Misalkan penggunaan logo harus gimana?

(A) Logo itu bicara kemenpora. Itu harus dibedakan. Dia bikin flyer, bikin brosur. Memang logikanya dia lebih faham, silakan dia bikin, ga direcokin, kok gini kok gini.

(E) Selama anggarannya disana, dia yang inelakukan gitu pak?

(A) Dia yang melakukan. Jadi makanya bedain dulu. Harus difahami.. pemerintah itu bagaimana.

(E) Bukan pada fungsinya ya pak?

Jangan bicara fungsi dulu, memang itu fungsi kehumasan, boleh dilakukan oleh siapa saja.

(E) Koordinasinya bagaimana?

(A) Saya bingung, kok anda berfikirnya itu kegiatan kehumasan, mengkotak-kotakan, ga boleh. Bedain dulu. Emang kegiatan kehumasan itu ada banyak, nah diantaranya dia bikin sendiri.. Jadi bukan atas nama humas.

(E) Atas nama deputi dia?

(A) Nah. Publikasi, promosi, itu kegiatan humas, tapi bukan hanya bagian humas. Bagian humas ada kegiatan, deputi juga misalkan melakukan kegiatan kehumasan, tidak perlu koordinasi. Kita mengerti dia juga membuat. Dia juga tahu tugas kita juga. Dan tidak berbenturan.

(E) Apakah ada pembagian, untuk kedeputian dipegang deputi masing-masing, untuk tingkat kementerian baru dipegang bagian humas?

(A) Kan waktu perencanaan di awal itu dah kelihatan, humas merencanakan begini, dia juga begini. Sama si secretariat kementerian melihat, ya sudahlah dia mau bikin ini, mau bikin ini ya sudah, membantu, sebetulnya dia membantu sebagian kecil kehumasan. Bukan bagian humas. Beda. Bagian humas punya kegiatan kehumasan, dia mengerjakan sebagian kegiatan humas. Sebetulnya kita enak, kita ringan.

(E) Kalo secara kebijakan bagaimana?

(A) Jujur aja, kalo memang soal biara ini kerjaan gua. . ga boleh gitu. jadi kita ga pernah memperlakukan. Jadi artinya kita jangan. Justru yang repot sendiri di bagian humas. Kadang itu kan bagian subbag saya... tapi ya sudah, kita ngomong, kalo mau kerjakan, ya silakan. Tentang itu memang ga perlu ada kebijakan. Karena itu memang bukan permasalahan. Kalo di bijakin ntar malah jadi permasalahan. Karena saya sendiri mengerti, ya sudahlah, kalo loe sendiri mau monopoli loe sendiri yang babak belur. Waktu kita 360 hari ga cukup. Jadi maklum aja, karena itu bukan masalah, ga perlu kebijakan. Saya juga ga menemukan aturan yang melarang kalo kegiatan itu tidak boleh oleh selain bagian humas. Kalo ada saya juga pengen tahu.

(E) Terkait pengukuran hasil evaluasi kegiatan kehumasan, itu bagaimana?

(A) Ukuran iniage, mereka tahu Kemenpora punya kegiatan. Itu intinya. Karena kita bukan produk, jadi kita himbauan. Kita bukan produk, apa yang kita lakukan bukan produk. Kalo ibaratnya produk, ee.. baju kemeja atau kayak pabrik bola, lakunya berapa dari akibatnya. Bukan kita bukan produk.

Yang menjadi ukuran adalah masyarakat tau Belum pernah diukur. Karena yang dilakukan bukan produk, yang dinilai dari jumlah penjualang.

(E) Kalo indikator keberhasilan sebuah program bagaimana?

(A) Selama ini ga pernah merasa itu berhasil, karena kalo dah merasa berhasil puas, kita ga kan maju. Tapi berhasil itu patokannya kita ada jadwal ini, terlaksana. Jangan merasa hebat, wah .. udah kelar itu, besoknya bisa off lagi. jadi jangan berfikir dah berhasil. Berjalan tapi tidak berhasil ya jangan juga. Jadi kita ga pernah mengkondisikan berhasil atau ga, intinya point pertama .. ee sudah berjalan, trus sesuai dengan rencana. Yaitu.. nah.. sambil jalan terencana ini kita lihat bagaimana yang kita rasakan dengan situasi itu. jadi jadi kita ga pernah menentukan oh berhasil. Oh kurang. Sejelek-jeleknya pun kita harus cukup ok. Next time jangan sampe begitu. Jadi susah. Tapi ga tau ya kalo ada yang mengukur. Kalo dari segi anggaran terserap. Hanya memenuhi target aja, bukan berhasil.

Apa yang kita lakukan kita sendiri merasa puas, kita merasa keberhasilan, buat terlaksana, karena kita ga bisa ngukur keberhasilan lagi, orang lain yang lihat, kita ga ada masukan dari orang lain. Kita harap orang melihat menikmati dan merasakan anulah.. adanya gambar atau iklan itu. jadi menggugah, jangan sampai iklan yang diliatnya rokok, apa..

(E) Dalam beberapa tahun belakangan, ada perubahan program atau kegiatan kehumasan tidak?

(A) Situs itu dulu ada, tapi ga serius..elim.. bukan ga serius, tapi ga khusus. Memang yang nanganin sisinfo, website ada. Tapi karena.. ya mungkin lagi, karena ketergantungan orang lagi, mungkin dia ga siap tenaganya. SDMnya. Nah sekarang sudah ada website dan didukung dengan mantan wartawan wartawan yang cukup anulah.. para ahli.. lebih variatif. Jadi itu tadi yang beda. Karena selama ini ga gitu. tahun 2004 mulai muncul lagi juga gitu, anu aja kan, apa sih tahun sekarang, tahun depan apa sih, yaitu, tambah lagi. Berikutnya apa lagi yang kurang, oh ya tempo hari kita kurang ini pak kita kecolongan ga bikin ini, kita agendakan.

(E) Kalo dari evaluasinya bagaimana Pak?

(A) Saya juga bingung, ga ada evaluasinya. Susah juga, kita anggap.. apa.. di dalam hati.hhehee. apakah itu salah atau ga, ga sempet lagi kita mengukur ..e.e. merapat lagi, gini evaluasinya gimana... ga sempat lagi, karena kegiatan belum selesai. Kayak besok mau ada jambore itu,kita harus buat publikasi bikin billboard bikin apa, trus sesudah pelaksanaan itu dah dilepas. Nah, mereka ada evaluasi, di bidang mereka. Kepramukaan kepanduan. Bukan di kita lagi domainnya, kalo di kita lagi, salah. Kita di misalkan billboard, seharusnya ga begini atau disini.. usulkan dimana, tapi hanya usulan saja, bukan hak kita. Ee.. misalkan kenapa pake bintangnya yang itu kalo pake artis, nanti begitu selesai, masukan, ntar untuk itu lagi tahun berikutnya kita larang. Kemaren itu sudah bagus, tapi alangkah bagusnya kalo si anu.. iya tempo hari kita coba dia, tapi ga bisa anu, dia sudah ada jadwal, umpamanya gitu. baru kalo mau dekat lagi, baru ketemu evaluasinya. Tapi kita kan tidak mengikuti, kita hanya nanya-nanya aja, nyeletuk atau apa. Jadi emang tidak bisa kita anukan.. ini sudah kita rapat, apakah harus kita.. tapi intinya kita gini, kalo yang kita bikin laporan itu bukan evaluasi jadi hanya laporan kegiatan aja, yang udah kita lakukan ini. Bukan ga ada evaluasi, ga bisa. Bukan anu kita.

(E) Dari internal juga sama?

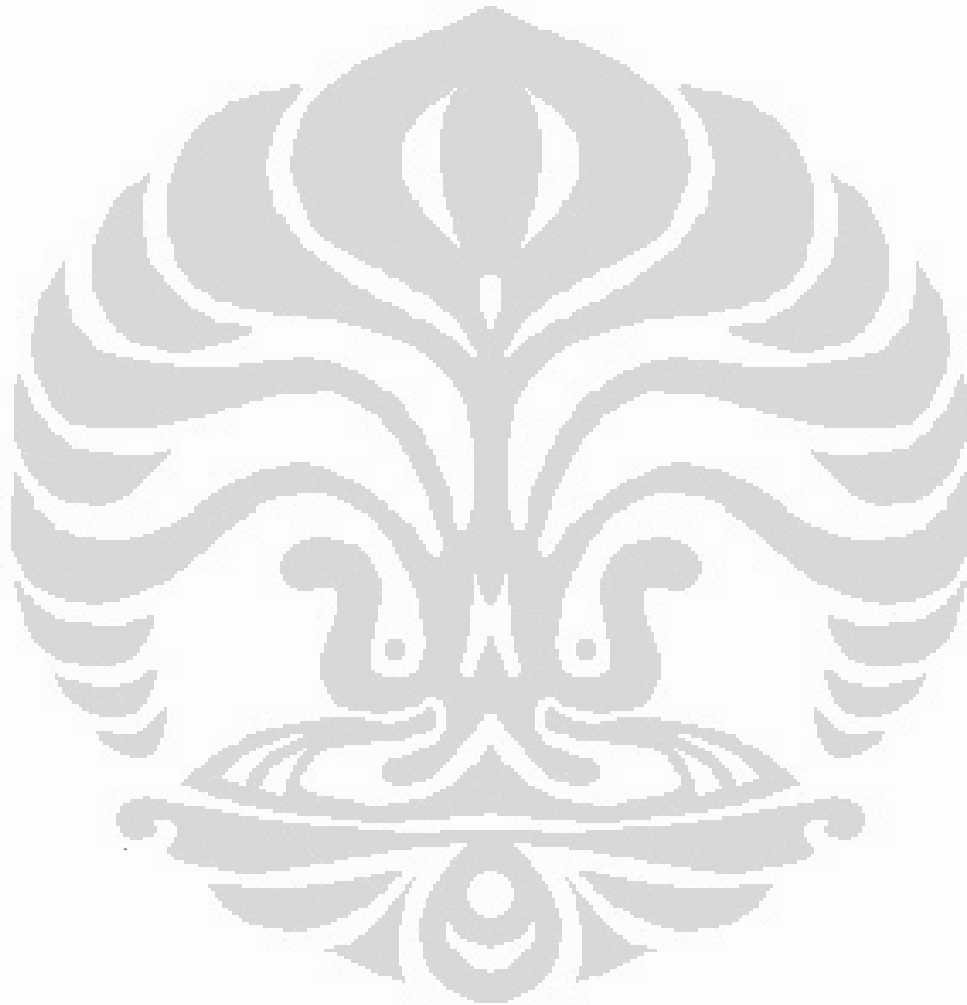
(A) Ya kita kan humas, kita buat laporan aja, tiga bulan pertama, tiga bulan ini..

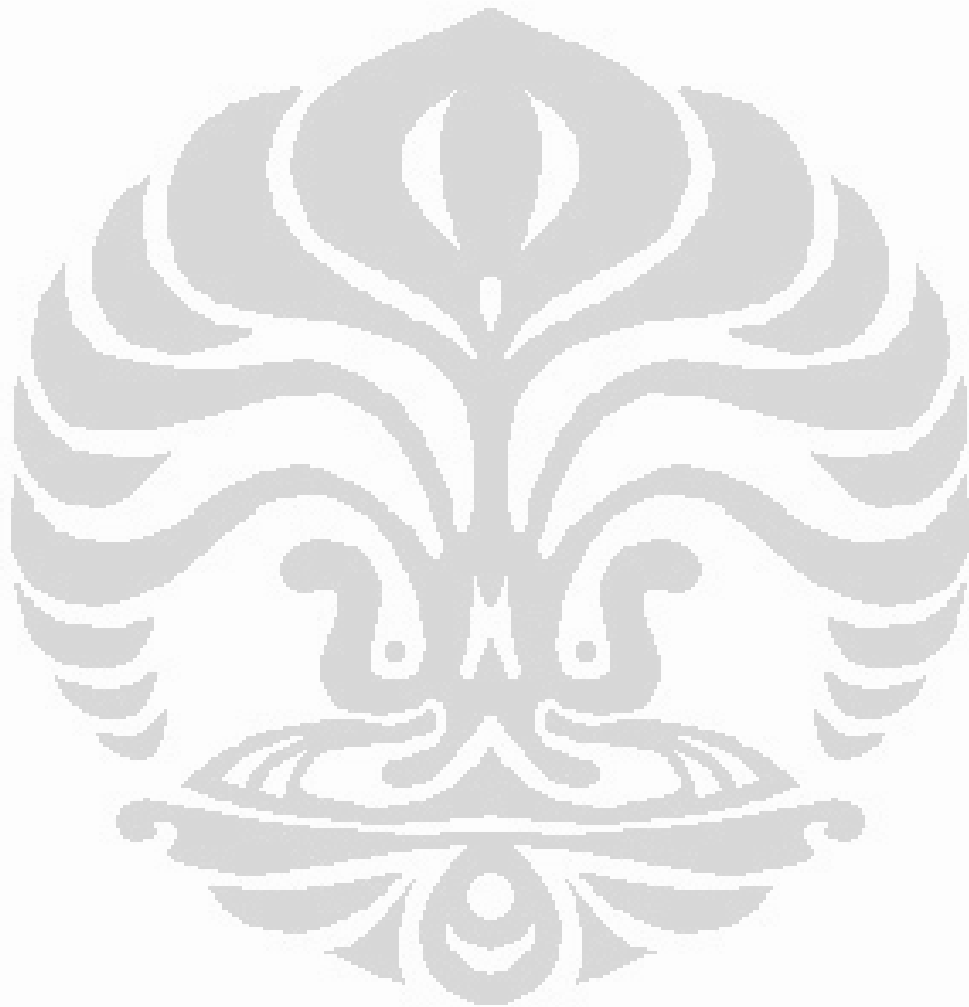
(E) Laporan kegiatan terlaksana atau tidak, tanpa ada evaluasi?

(A) Yang terlaksana aja, yang tidak saya rasa ga usah ditulis. Kita sudah melakukan ini ini tiga bulan pertama. Ini sudah kita lakukan. Tiga bulan kedua ini ini ini.. yang dulu kita ga cek lagi. Udah ga mungkin lagi., oh ini belum terlaksana. Kenapa? Hari ini belum laksanakan yang mau kita buat, itu dah salah besar. Tapi ini belum terlaksana. Minimal minggu depan ada apa, kita dah sibuk. Jadi ga sempat dievaluasi. Evaluasinya jangan sampe hari ini belum selesai.

(E) Pak Ade, saya rasa sudah cukup, terimakasih atas waktunya.

(A) Iya.





Wawancara dengan Bapak Darmo Susilo, Kepala Sub Bagian Publikasi dan Pemberitaan

Tanggal : Juni 2011, Pukul 11.05-11.45

E : Endang, D : Darmo Susilo.

(E) Terkait dengan rencana program kerja humas di publikasi dan pemberitaan bagaimana pak?

(D) Kegiatan itu kan tentative, selama pak menteri ada kegiatan kita aktif mendampingi. Terutama untuk media cetak dan elektronik. Utamanya pak menteri. Kalo tahun2 kemaren. Tapi kalo sekarang ditekankan keg.. ee kedeputan .. itu kita ekspos. Itu pun kalo kalo nasional ya. Kalo yang kegiatannya kurang nasional ya kita tidak ekspos, kecuali ada permintaan untuk keg kedeputan.. atau kegiatan... menghadiri seminar atau apa.. gitu. Kalo itu kegiatan ?? ada permintaan dari menteri kita juga partisipasi menghadirkan wartawan cetak dan elektronik. Kalo untuk tahun-tahun kemaren hanya untuk kegiatan kementerian. ..ee.. pak menteri. Itu baru kita dampingi.

(E) Mulai kapan itu pak?

(D) Mulai tahun 2011 ini.

(E) Berarti kalo ada berita deputi di media itu deputinya masing-masing ya pak?

(D) ee.. kemaren dari dcputi langsung diinformasikan ke portal. Tapi belum lama ini. coba untuk mengkover. Karena anggaran juga terbatas ya. Mengkover semuanya mungkin ga mampu ya, karena anggaranya minimallah. Hanya bisa untuk mengkover deputi.

(E) Kalo terkait dengan rencana kerja? Kalo di subbag publikasi bagaimana?

(D) Kita global aja, karena kita belum tentu belum tahu rencana kegiatan bapak menteri mau kemana mau kemana. Ya kita alokasikan sekian anggaran kita.

(E) Kalo terhadap even yang besar bagaimana?

(D) Kalo even yang besar kita udah tau, akan diadakan ini, besar kan jadi dana dan apalagi .. kita dah ngerti. Tapi kegiatan hari-harian itu .kalo yang biasa, rutin mengalir aja. Apa yang pak menteri lakukan kegiatan kita siap.

(E) Kalo terkait dengan pemilihan media apa, itu bagaimana?

(D) Kita lihat momennya aja, misalkan momennya itu momen yang besar, kita ekspos juga besar. Kita kerahkan seluruh elektornik.. cetak dan elektronik. Kalo untuk kegiatan sedang, ya cetak dan elektronik, ga terlalu besarlah, ga over.

(D) Untuk jadwal pak menteri kita dah dapat jadwal kegiatannya.

(E) Itu harian atau apa pak?

(D) Setiap hari. Misalnya dari jam 6 apa apa.. nanti dikirimkan ke mba andi. Nanti mba andi yang mengkoordinasikan ke staf. Jadi setiap stafnya dah tau, oh jadwal pak menteri ini ini ini.. jam ini kesini kesini .. dan kapan ada kegiatan yang harus diliput kita siapkan wartawan. Itu dah otomatis.

(E) Kalo yang besar, tidak harian ya pak, dah ada sebelumnya?

(D) Iya kan kalo yang besar berarti kan untuk acara besok kita dah siapkan malamnya. Kontak ke media-media.

(E) Kalo memilih media itu ditentukan oleh siapa?

(D) Oleh siapa .. tu.. oleh kepala biro. Misalkan berita ini perlu diangkat ke editorial. Ya kita tinggal apa permintaannya, panggil media apa, kita tinggal hubungi aja. Karena kita ga udah kerjasama.

(D) Untuk di media cetak banyak di Jumas. Dari januari sampe Desember 2010, ada sebulan dua kali.. ee. Sebulan sekali.

(E) Kalo pemilihan tempo itu kenapa?

(D) Itu karena apa ya.. media yang sudah nasional ya, oplahnya juga sudah banyak. Tempo juga kita ga bisa pasang dua halaman, karena mahal kan.

(E) Karena segmentasinya pemuda dan olahraga, pernah mencoba ke majalah remaja?

(D) Belum. Itu belum. Untuk majalah itu kita pasang di Tempo, Gatra, ama Trust.

- (E) Untuk di majalah itu rutin?
- (D) Ya tergantung kemampuan kita menggarap. Kita pilih-pilih juga.
- (E) Kalo beberapa tahun ini, berapa rata-ratanya pak?
- (D) Ya sebulan sekalilah..
- (E) Selain di majalah, kalo korannya kemana aja apa?
- (D) Koran kita di Jurnas, Indopos, Rakyat Merdeka ada juga, Sindo.
- (E) Kalo koran, itu rutin?
- (D) Tergantung, kalo harian kita ga sulit. Sebulan sekali.
- (E) tu bergantian atau bagaimana?
- (D) Ya kadang-kadang sebulan tu ya minggu ini, lalu minggu depannya lagi. Kadang-kadang kalo momentnya bagus nih kita bisa serentak. Kalo momennya bagus kan kita pasang semua..kalo momennya ini, ya kita pilih..Jurnas, Indopos, gitu.
- (E) Selain publikasi di media cetak, di elektroniknya bagaimana pak?
- (D) Elektronik ada juga, workshop workshop. Terus running text
- (E) Levelnya kementerian juga?
- (D) Iya kementerian. Deputi jarang. Ada Cuma kalo di elektronik jarang, kalo di media cetak, ada deputi tiap minggu, ada di Media, waktu tahun 2010. Tapi sekarang ga lihat lagi beritanya lagi.
- (E) Deputi tersebut koordinasi dengan humas tidak pak untuk berita tersebut?
- (D) Ga .. ga.. langsung. Untuk media publikasi luar ruang, misalkan ada permintaan baliho dari deputi, kita siapkan.
- (E) Sesuai permintaan ya pak?

(D) Iya ada moment. Atau apa gitu. Misalkan kita pasang, dah kadaluarsa, dua minggu kan dah lama, dah ga cocok lagi, kita ganti.

(E) Kalo kegiatan-kegiatan publikasi deputi-deputi itu bagaimana?

(D) Kalo yang koordinasi dengan kita, kita siapkan. Biasanya desainnya dari kita. Trus untuk biaya cetaknya ada juga yang dari deputi, ada juga yang dari kita.

(E) Kalo dari konsepnya, misalkan dari volumenya itu ditentukannya bagaimana?

(D) Kita rata-rata aja. Kita pengennya volumenya banyak, tapi anggarannya terbatas.

(D) Berdasarkan tahun-tahun yang lalu, jadi kita alokasikan.. 15 itu lebih.. maksimal kegiatan pak menteri satu tahun, itu banyak.

(E) Yang menentukan siapa?

(D) Dari kepala biro, kalo anggarannya ada, di Sesmen Ok, kalo ga ada anggarannya ya kita kurangi. Otomatis itu. yang inegang kuasa anggaran kan sesmen.

(E) Berarti anggaran ditetapkan di level Sesmen, tapi teknis, misalkan pemilihan di media oleh Biro ya pak?

(D) Iya. Kecuali kalo ada permintaan, misalkan pak menteri minta ada di Topscore.. Bola.

(E) Untuk pemberitaan, antara kepemudaan dan keolahragaan sama atau bagaimana?

(D) Untuk yang lama agak banyakan di olahraga, tapi sekarang ga, dah balance lah. Antara pemuda dan olahraga. Tapi anggaran lebih banyak di olahraga.

(E) Kenapa?

(D) Karena ikon-ikon olahraga kan banyak kan. Pengiriman keluar negeri kan perlu biaya yang banyak. Juga kegiatan – kegiatan olahraga yang ininya banyak.. multieven.

(E) Tidak tergantung pengen membentuk tentang opini yang ingin dibentuk ya pak?

(D) Nggak. Membentuk opini-opini kan ga , kalo even-even kan dah terjadwal.. ngalir aja. Even apa gitu.

(E) Misalkan publikasi masalah X dua kali karena ini mau membentuk opini tertentu. Ga kearah sana ya pak?

(D) Mungkin kalo di pemuda ada ya. Kalo di olahraga sih itu sudah terjadwal bener. Kalo di pemuda mungkin.

(E) Kalo kendalanya selama ini apa aja ya pak?

Di tentang apa ya?

(E) Dalam pelaksanaan kerjanya.

(D) Kendala internal mungkin dalam segi intern anggaran agak tersendat kemaren, karena pelantikan juga tertunda tunda. Jadi pencairan anggaran agak tertunda. Penjadwalan kegiatan sih sudah ok.

(E) Selain anggaran, ada yang lain?

(D) Kalo yang saya ngerti di itu aja.

(E) Ooh gitu ya pak. Saya rasa cukup pak. Terimakasih untuk waktunya, dah ganggu waktu kerjanya ni.

(D) Iya ga pa pa.



Wawancara dengan Bapak Sakhyan Asmara, M.Si.

Staf Ahli Bidang Informasi dan Komunikasi Pemuda dan Olahraga

Tanggal : 14 Juni 2011, Pukul 14.15-14.45

E : Endang, SA : Sakhyan Asmara

(E) Latar belakang di bentuknya staf ahli bidang informasi dan komunikasi ?

(SA) Karena informasi dan komunikasi itu penting. Sebab sekarang ini masyarakat itu apa namanya ..kinerja kementerian itu.. ee... harus diketahui. Kalo ga diketahui ,masyarakat seakan akan menilai sebuah kementerian itu ga ada kerjanya. Oleh karena itu perlu diketahui oleh masyarakat apa yang telah dilakukan oleh kementerian, selain ada ????

(E) Spesifik penelitian saya adalah di kehumasan. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh kemenpora?

(SA) Di kepala biro humas, hukum dan kepegawaian.

(E) Alokasinya sebagai apa? Sebagai pelaksana teknis atau bagaimana kebijakannya?

(SA) Karena dia biro ya, biro ini kan fungsi pelayanan. Fungsi pelayanan. Jadi misalnya deputi inana mau melaksanakan kegiatan ingin publikasi ingin publish kontak sama kepala bironya,, iya kan . nih siapkan pamfletnya panggil wartawannya.

(E) Kalo kebijakannya tidak di level kabiro atau bagian?

(SA) dari atas. Kepala bironya menginspirasi . karena hubungan struktural antara staf ahli dengan kepala biro kan tidak ada. Kan lewat menteri. Jadi masukannya kita masukan lewat menteri kemudian nanti ke sesmen lalu kemudian sesmen itu mendeliver kea nu.. ke .. bagi

(E) Evaluasi besarnya tahun 2008-2010 di strategi komunikasi kemenpora ? kelemahannya?

(SA) Kita menilai..eee.. apa namanya.. cukup. Artinya proses publikasi yang dilaksanakan pada tiga tahun dua tahun yang lalu sudah cukup memadai. Tapi kan kita menginginkan hasil yang lebih, kan gitu yang lebih cakap (?) lagi supaya masyarakat itu benar benar well inform dan bahkan kita dalam hal publikasi ini sampai kepada mempunyai website. Ya.. website kemenpora.go.id sampai sejauh itu juga bisa diakses berbagai informasi tentang .. ee. Kepemudaan olahraga sampai nanti itu kita akan lengkapi informasi detail.. misalnya orang kepingin tahu tentang ukuran lapangan sepak bola lapangan basket dari situ. Itu memberikan sisi pelayanan kepada masyarakat. Tapi sekarang ini masih dalam penyusunan. Kan gitu. Bisa kita masukan.

(E) Terkait dengan citra besar yang ingin ditonjolkan kemenpora kepada masyarakat itu sebagai apa?

(SA) Bahwa kantor ini benar benar mempunyai komitmen untuk membantu negara ini ... yaitu bagaimana membangkitkan kebangsaan, kebanggaan lewat olahraga lalu kemudian bagaimana membuat orang lain itu ..ee..bangga dan juga bagaimana membuat para pemuda itu berprestasi.

(E) Menyambung tadi hubungan struktur humas dengan kabiro, humas tidak membuat kebijakan sendiri, sebenarnya itu menjadi masalah tidak?

(SA) Enggak. Artinya kepala biro humas itu .. ee. Dia kan melaksanakan fungsi pelayanan sebagai aparat secretariat sesuai dengan tugas pokok dan fungsi ada peraturan menteri permennya. Nomor berapa rif? Nanti dikasih, jadi tugas pokok dan fungsi biro humas itu apa..saya bocorin aja sedikit sedikit. Staf ahli juga ada disitu apa tugas dan fungsinya. Udah jadi tesis.

(E) Jadi tidak menjadi masalah ya pak?

(SA) Insya Allah, sejauh ini tidak ada masalah. Kalo kerennya, kita fine fine aja tuh.

(E) Kalo proses perencanaan program kehumasannya itu bagaimana?

(SA) Jadi sebelumnya ...ee.. diadakan dulu rapat koordinasi. Dan disini ada beberapa rapat. Rapat koordinasi antar sktor.. ya..itu melibatkan seluruh pejabat eselon 2. Lalu apa tu namanya rif namanya yang itu penyusunan RKAKL itu apa namanya.. rapat apa kumpul kumpul itu.. itu pemilik kegiatan itu kumpul.. rapat koordinasi ama perencanaan .. rakorwil... nah,,rakortek.. rapat koordinasi teknis tentang penyusunan rencana kegiatan untuk tahun yang akan datang. Nah udah kan, itu pada level bawah. Iya kan. Baru sampai situ diangkat ke level eselon 2. Lalu dibawa ke eselon satu. Baru dibawa ke menteri. Sehingga sifatnya bottom up.

(E) Kalo criteria keberhasilan, indikator keberhasilan program, di kemenpora apa ya pak?

(SA) Ada ya rif. Laporan..ee.. laporan instansi pemerintah.. lakip.

(E) Itu berbasis kinerja atau anggaran?

(SA) Harus dong harus.

(E) Berbasis anggaran?

(SA) Berbasis kinerja. Namanya laporan kinerja.. harus berbasis kinerja. Tentu program itu kita beralokasi kepada kinerja. Karena setiap itu harus ada tolak ukurnya. Karena itu RAB itu ada..untuk apa. Untuk , apa senua terinci disitu.

(E) Indikatornya dinilai berhasil itu seperti apa?

(SA) ee..sebenarnya kalo dilihat aja makin sedikit kritik terhadap kantor ini itu berarti semakin berhasil, memang ya alhamdulillah kritik terhadap kantor ini sejauh ini masih anu.. masih kecillah. Tingkat unjuk rasa yang datang kemari juga , masalah masalah eksternal, misalnya masalah organisasi PSSI, masalah anjloknya prestasi kalah bulutangkis. Kayak gitu.. unjuk rasa ga ada yang datang. Itu salah satu. Iya kan rif. Salah satunya. Salah lainnya.. banyak lah..

(E) segmentasi sasaran pemuda dan olahraga yang unik?

(SA) Misalkan untuk pemuda ini kita ingin menjadikan pemuda yang maju dengan titik beratnya kepada tiga hal pokok yaitu membentuk karakter, kapasitas dan daya saing. Kalo untuk olahraga ini kita menginginkan olahraga kita ini Berjaya, dan jenis desain olahraga yang kita kembangkan juga bertumpu pada tiga jenis olahraga , yaitu olahraga prestasi, olahraga rekreasi dan olahraga pendidikan. Olahraga pendidikan itu olahraga itu menjadi sebuah ilmu kan gitu. Jadi apa namanya sport science. Mempelajari tentang bagaimana fisik apa segala macam, olahraga rekreasi ini adalah olahraga masyarakat membuat masyarakat itu menjadi bugar, sehat, gembira . kan gitu olahraga menjadi life style nya gaya hidup. Misalnya itu sepeda. Ini kan sudah .. itu kita yang .. ee.. mendengarkan .. memang bike to work itu sudah ada kecil ya sekarang ini sudah hampir di setiap kota. Di kota kota besar sudah tren ada sepeda piki dirakit sendiri oleh anak anak itu walaupun harganya ada yang murah ada yang mahal tapi itu sudah menunjukkan bukan sepedanya kemauannya untuk berolahraga sepeda itu. nah itu.. lalu olahraga prestasi kita inginkan prestasi misalnya di paling tidak di asia tenggara ini kita juara umumlah kalo misalnya seagames. Untuk asia kita ??? untuk didunia kita masuk babak babak kualifikasi. Gitu harapan kita.

(E) Kemenpora menggunakan social network seperti fb?

(SA) Nggak, kecuali masing masing atau jaringan internal. Masing masing ada blackberry. Kan gitu kan. Kalo facebook ini kan terbuka untuk umum. Kita ga gunakan itu, tapi pribadi pribadi ada. Kecuali yang namanya blackberry ada yang namanya grup. Grup diantara pejabat eselon 1, kemudian ada grup teman2 yang laen untuk menginformasikan secara cepat tetapi terbatas.

(E) Tapi kalo menggunakan itu sebagai sarana komunikasi belum ya pa?

(SA) Belum. Paling paling adajuga digunakan ya,, ee.. dalam rangka untuk hal hal kritis sifatnya kita ambil inisiatiflah untuk menginformasikan kepada masyarakat. Tapi kan biasanya kan semakin informasi itu dibuka secara luas kan besar kemungkinan adanya respon. Padahal kalo

respon itu maunya kita respon itu hanya di Jakarta, tapi feskuk orang diluar negeri sana bisa baca, jadi tambah repot kan. Gitu.

(E) Terkait dengan itu ya, tadi kan tujuan eksternalnya mengutamakan hubungan dengan media ya pak?

(SA) Dalam rangka membentuk opini public yang positif . iya kan dan juga memberikan informasi seluas luasnya kepada masyarakat agar masyarakat tau apa yang telah dilakukan oleh kementerian pemuda dan olahraga. Gitu.

(E) Lebih ke hubungan Media ya pak?

(SA) Iya media disini dalam artian media elektronik dan media cetak.

(E) Kebijakan akses ke media, apakah semua bidang bisa akses langsung ke media?

(SA) Mana petunjuknya rif tentang kehumasan tu, kasih aja. Yang program kerja kita, masih ada kan. Jadi ada pedoman nanti bisa dilihat. Secara umum setiap pejabat itu diberikan untuk..

(E) Jadi berarti pak, setiap pejabat boleh untuk mengakses ke media?

(SA) Hah? Ya ini (menyerahkan sopnya).

(E) Kebijakan ttg informasi dan komunikasi di kemenpora seperti apa?

(SA) Jadi kebijakan komunikasi di kemenpora di ada eksternal dan ada internal. Dan kebijakan eksternal kita punya komunikasi langsung antara ee.. media massa. Dengan ee. Pimpinan. Yaitu menteri baik dulu sebelum pak andi maupun pak andi . selama kepemimpinan pak andi malaranggeng ini memang intensitas komunikasi internal. ee.. komunikasi eksternal itu ee.. walaupun sama sih dengan yang lalu tetapi sekarang ini fasilitasnya lebih lengkap. Karena ada ruang press roomnya ada, lalu ruang.. ee,.. apa namanya.. statement operationnya.. e.e.room ya.. ruang statementnya pak menteri juga ada di lantai 10. Jadi kalo ada ee..pertemuan mendadak yang harus dilaksanakan di lantai sepuluh pun ada ruang. Iya kan. Di lantai satu pun ada ruang khusus untuk wartawan itu bekerja dan itu lengkap internet dengan komputernya. Serta ada ruang jumpa persnya. Dengan fasilitas ini tentu lebih memudahkan dalam melaksanakan komunikasi eksternal. Ya kan..

(E) Kalo internalnya pak?

(SA) Kalo internal ini proses komunikasi ee.. internal.. pemberian komunikasi kebijakan internal. Nah ini bisa dilakukan oleh humas surat pemberitahuan ada juga dalam bentuk bulletin bulletin yang bisa dibagikan secara intern maupun eksternal. Lalu kemudian ada pertemuan pertemuan rutin diantara unit unit kerja untuk menginformasikan.

(E) Baik. Pak Sakhyan, saya rasa cukup. Terimakasih untuk kesediaanya.

(SA) Iya.

