LAMPIRAN-LAMPIRAN

Hasil Wawancara

Dengan : Ade Kusmanto, A.Md.I.P., S.H., M.H. (Key Informan)

Hari/Tanggal : Kamis, 08 Februari 2018

1. Apa yang dimaksud dengan publikasi?
   - Publikasi adalah proses pemberian informasi yang disampaikan kepada masyarakat melalui media.
2. Kenapa Bapak/Ibu memberikan pengertian seperti itu?
   - Karena latar belakang dari publikasi itu adalah masyarakat agar paham apa yang akan kita sampaikan dengan memberikan informasi.
3. Apakah tujuan dari publikasi?
   - Tujuannya macam-macam, ada kepentingan pribadi dan ada kepentingan organisasi.
4. Kenapa tujuannya seperti itu?
   - Untuk kepentingan pribadi misalkan dia sedang ingin mencalonkan diri sebagai kandidat kepala daerah ataupun menjadi anggota dewan legislatif atau menjadi kepala desa. Kalau untuk organisasi khususnya di humas Direktorat Jenderal Pemasyarakatan untuk memberikan informasi kepada masyarakat yang membutuhkan terkait informasi Pemasyarakatan. Dan menyampaikan tentang segala hal Pemasyarakatan agar masyarakat paham dan mengerti, karena kita tahu di Pemasyarakatan banyak permasalahan dan publikasi juga sebagai penyeimbang informasi bagi masyarakat tentang berita Pemasyarakatan.

5. Bagaimana tujuan itu disepakati?
   - Tujuan ini dirapatkan terlebih dahulu. Maksud dibentuknya humas disini adalah untuk satu menyampaikan visi misi Pemasyarakatan ke dalam masyarakat luas, kemudian kedua memberikan informasi-informasi tentang kegiatan atau apa yang dilakukan Pemasyarakatan. Ketiga yaitu sebagai penyeimbang berita-berita negatif Pemasyarakatan yang beredar di media sosial dan masyarakat terkait peristiwa-peristiwa Pemasyarakatan.
6. Kapan publikasi dilakukan?
   - Publikasi perlu dilakukan pertama bisa sifatnya bisa yang rutin, bisa sifatnya yang insidentil.
7. Kenapa publikasi tersebut dilakukan?
   - Kalau bersifat yang rutin memberitakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Pemasyarakatan; Lapas, Rutan bisa disampaikan berita-berita kegiatan yang terjadi di Lembaga Pemasyarakatan, di Rumah Tahanan, Rupbasan dan Bapas. Kemudian kegiatan yang tidak rutin atau insidentil apabila diperlukan oleh masyarakat dan media. Seperti kejadian kerusuhan di Aceh itu yang perlu dilakukan publikasi yang khusus, bahkan memerlukan publikasi yang resmi melalui *press conference* dan *press release*.
8. Bagaimana pelaksanaan publikasi tersebut?
   - Pelaksanaan publikasi tersebut dilakukan melalui media Direktorat Jenderal Pemasyarakatan sendiri ada website, media sosial dan media

internal. Selain itu juga media online, cetak atau koran dan media elektronik seperti televisi dan radio.

9. Siapa yang terlibat dalam melakukan publikasi?
   - Yang terlibat tentunya pimpinan secara tidak langsung dalam hal ini Direktorat Jenderal Pemasyarakatan, Sekretaris Direktorat Jenderal Pemasyarakatan dan dibawahnya lagi Kepala Bagian Hubungan Masyarakat dan Protokol. Kalau di humas sendiri ada bagian lagi adalah Kepala Sub Bagian Publikasi Ibu Rika, dan apabila terjadi segala macam berita-berita negatif yang membutuhkan informasi lebih akurat itu bagian Bapak Christo Kepala Bagian Analisa dan Strategi Komunikasi. Apabila terjadi suatu peristiwa kemudian muncul di media, banyak wartawan yang bertanya, nah Bapak Christo yang mencari data dahulu. Mencari, mengolah, menyimpan, selesai, menyampaikannya ke pimpinan dan setelah itu dipublikasikan melalui media sosial atas persetujuan Ibu Rika.
10. Kenapa mereka yang terlibat dalam melakukan publikasi?
    - Karena memang sudah menjadi tugas dan tanggung jawab mereka.
11. Apa pengertian Anda tentang pemilihan media?
    - Pemiliahan media, kita lihat media-media verifikasi. Ada beberapa media yang sudah diverifikasi oleh PWI. Nah itu kita yang lebih konsen ke hal itu, media-media yang tidak terverifikasi tidak kita layani.
12. Apa saja media yang digunakan dalam publikasi?

- Untuk humas yaitu dari sifatnya yang cetak kita punya *News*PAS, yang sifatnya medsos kita ada *facebook*, *whatsapp*, *website* DITJENPAS, kemudian *instagram* dan *twitter*.

13. Kenapa media tersebut digunakan dalam publikasi?
    - Lebih dikenal masyarakat dan hampir semua masyarakat mempunyai itu, dan informasi yang kita sampaikan lebih cepat tersampaikan kepada masyarakat.
14. Dalam pemilihan media tersebut, siapa saja yang terlibat?
    - Pemilihan media publikasi yang terlibat Kabag humas dan jajarannya. Semua terlibat.
15. Kenapa mereka yang terlibat?
    - Karena pekerjaan di humas semuanya saling berkaitan, secara taknisnya pun berkaitan.
16. Apa yang diperhatikan dalam pemilihan media?
    - Terdaftar badan hukum terdaftar atau tidak, terverifikasi tidak. Kenetralitasan media tersebut, sikap personil insan media nya.
17. Kenapa hal tersebut yang diperhatikan?
    - Pertama, kita tahu dahulu dia (media) secara badan hukum terdaftar atau tidak, terverifikasi tidak. Selain itu kita lihat juga media itu tendensiusnya kemana, ini media politik atau media murni atau kenetralitasan media tersebut baik televisi maupun *online*. Kalau media itu juga kita lihat dari personilnya, insan media nya dilihat dari perilakunya, wartawan itu bagaimana sikapnya. Kemudian itu juga insan persnya kita lihat sopan, punya moral tidak. Selain itu juga hasil

pekerjaannya/pemberitaannya itu *hoax* atau tidak, betul atau tidak, kemudian beritanya itu tendensius tidak.

18. Bagaimana dalam memutuskan pemilihan media?
    - Hasil rapat dengan musyawarah bersama, dan saya diberikan kewenangan untuk memutuskan.
19. Siapa yang dilibatkan dalam memutuskan pemilihan media?
    - Pimpinan dan seluruh staf humas.
20. Apa kendala dalam pemilihan media?
    - Media banyak tumbuh subur dimana-mana, dan hampir media itu punya tujuan tertentu, masing-masing punya misi. Kadang hari ini media bersahabat, besok tidak. Tapi kita lihat dari kualitas hasil pemberitaannya. Berita yang *publish*-nya menyudutkan kita tidak, benar tidak.
21. Kenapa hal tersebut bisa terjadi?
    - Karena balik lagi menurut media *bad news is good news*. Kita sebagai humas dalam memilih media tentunya media yang benar-benar sesuai dengan tujuan kita.
22. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?
    - Untuk mengatasinya kita pelajari media itu, kita cari tahu media itu. Pertama media itu siapa pemiliknya, kemudian visi misinya apa. Kemudian kualitas pemberitaannya bagaimana. Terus sikapnya terhadap institusi kami di Direktorat Jenderal Pemasyarakatan bagaimana. Kalau kita juga menutup kemungkinan memilih media

yang bisa bekerja sama dengan kita dalam rangka publikasi Direktorat Jenderal Pemasyarakatan.

23. Apakah perencanaan pemilihan media pernah dievaluasi?
    - Pernah dievaluasi dalam rapat. Kemudian media-media mana saja yang kita bisa ajak kerja sama dan media mana saja yang tidak bisa diajak kerja sama.
24. Kenapa hal tersebut dilakukan?
    - Kerja sama media disini kita saling bertukar. Sedangkan ada beberapa media yang tidak bisa kita ajak kerja sama dikarenakan biasanya media yang selalu memberitakan negatif, tidak pernah mau memberitakan positif dari kami berarti tidak berimbang, dalam Undang-Undang Pers hal tersebut tidak diperbolehkan. Mereka berpikir *bad news is good news*, berita baik dari kita tidak mau di-*post*, tetapi kalau kita jelek mereka paling nomor satu. Berarti media ini perlu diseleksi lagi.
25. Bagaimana mengevaluasi perencanaan pemilihan media?
    - Rapat itu kan penentuan, seperti media itu bisa diteruskan atau tidak, tetapi kan seleksinya dilihat dari beritanya, dari kualitas berita.
26. Apa acuan dalam melakukan evaluasi?
    - Penyeleksian media yang kita lihat dari media itu terdaftar tidak, media ternama tidak, siapa pemiliknya, tujuannya apa, basisnya politik atau bukan, ini media satu organisasi partai atau tidak dan lebih tendensius ke organisasi tertentu tidak. Karena media itu kan yang dilihat beritanya.
27. Apa saja kriteria pemilihan media untuk publikasi di Humas DITJENPAS?

- Untuk media kriterianya relatif sama, pertama target masyarakat yang kita tuju, kemudian sikap dan personil media tersebut, jangkauannya dan kualitas hasil pemberitaannya.

28. Kenapa kriteria tersebut yang digunakan?

- Kenapa hal itu digunakan karena saat ini media itu kan banyak, kita punya kriteria sendiri berdasarkan tujuan yang ingin kita capai di Direktorat Jenderal Pemasyarakatan.

29. Apa yang Anda diketahui tentang audiens/publik?

- Masyarakat. Pertama, masyarakat yang lebih spesifik lagi adalah keluarga para narapidana dan tahanan. Kalau masyarakat luasnya adalah masyarakat luas pada umumnya baik yang keluarganya ditahan atau tidak, kemudian media juga termasuk.

30. Bagaimana menentukan audiens/publik?

- Lebih ditekankan pada keluarga narapidana, biasanya pemberitaan negatif di media baik media sosial maupun elektronik, cetak itu datang dari pemberitaan yang negatif sehingga menjadi polemik di masyarakat. Makanya dari humas ini mencoba untuk menyampaikan kepada masyarakat melalui kegiatan kehumasan Direktorat Jenderal Pemasyarakatan yaitu memberikan kegiatan Lapas, Rutan, Rupbasan dan Bapas se Indonesia, bahwa selama ini citra buruk yang mereka pikirkan tidak selamanya buruk. Banyak sisi positif, supaya masyarakat luas bisa menerima nanti setelah napi ini bebas bahwa napi itu tidak sejahat apa yang mereka bayangkan. Tidak selamanya orang itu akan jahat. Di dalam penjara mereka dibina yaitu dipublikasikan ke

masyarakat luas. Kalau bagi yang keluarganya di penjara disampaikan kepada mereka bahwa mereka di dalam (penjara) tidak digebukin, mereka di dalam dibina, mari ikut membina bersama-sama. Dibina spritual dan keterampilan.

31. Siapa yang terlibat dalam menentukan audiens?
    - Seluruh staf dan jajarannya.
32. Apa kendala dalam hal yang menyangkut audiens?
    - Kendala yang dihadapi masyarakat luas baik itu masyarakat luas atau keluarga narapidana, mereka lebih percaya kepada pemberitaan negatif. Memang betul di dalam Lapas itu ada negatifnya, tetapi banyak juga sisi positifnya, jadi merubah *image* mereka bahwa Pemasyarakatan itu baik butuh proses. *Mindset* mereka orang yang jahat itu akan tetap jahat. Harus dibalas, harus dipenjarakan, harus di hukum seberat-beratnya.
33. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?
    - Mengatasi dengan berupaya melalui publikasi humas maksimal supaya *mindset* mereka berubah melalui kegiatan-kegiatan positif. Karena mereka *mindset* buruk itu bisa karena mengalami, keluarganya di dalam (penjara), bisa kata orang, bisa dari informasi media.
34. Apa yang Anda diketahui tentang kesesuaian?
    - Kita memilih media-media yang sesuai dengan tujuan publikasi kita. Kita tahu media tidak bisa kita atur, media bisa jadi teman bisa jadi musuh. Biarkan saja media berjalan apa adanya. Biar media sendiri yang menilai, kita tidak bisa mengatur mereka. Mereka juga yang

menentukan, kita serahkan kepada insan media dan masyarakat yang menilai. Yang penting disini tugas humasnya mempublikasikan hal-hal positif terkait kegiatan pembinaan warga binaan Pemasyarakatan yang berada di Lapas, Rutan, Rupbasan dan Bapas.

35. Bagaimana menentukan media yang sesuai untuk publikasi?

- Kita lebih ke media yang membahas hukum, contohnya kalau televisi ada TVOne, MetroTv, BeritaSatu yang berbau *news*. Kalau media onlinenya detik.com, kompas.com, vivanews.com terus sindonews.com, tempo.com.

36. Siapa yang terlibat dalam menentukan media yang sesuai?

- Seluruh humas.

37. Apa kendala dalam hal yang menyangkut kesesuaian?

- Kendalanya mereka (media) itu kan tidak bisa kita atur, mereka punya visi misi sendiri, punya regulasi sendiri, teknis pekerjaan sendiri. Mereka akan tunduk pada pimpinan mereka sendiri bukan kepada kami. Mereka akan lebih takut kepada redaksional dari pada yang menjadi objek berita, karena mereka bisa dipecat kalau pimpinan perusahaan media itu. Kalau Pemrednya tidak setuju, berita itu tidak akan tayang. Kita tidak bisa mengatur mereka.

38. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

- Kita mengajak mereka untuk bermitra saja melalui *media gathering*, *media visit*, mengenal satu sama lain agar timbul keterikatan sosial karena merekapun manusia juga, mereka butuh berita kita butuh publikasi dari mereka.

39. Apa yang Anda diketahui tentang jangkauan?

- Jangkauan berkaitan dengan nasional atau lokal saja.

40. Bagaimana menentukan jangkauan tersebut?

- Kita lebih ke nasional karena supaya jangkauan beritanya bisa sampai seluruh masyarakat Indonesia dari Sabang sampai Marauke. Media lokal juga ada dimana di wilayah-wilayah tempat UPT didirikan di situ. Misalkan di wilayah Surabaya juga banyak media lokal yang menjadi kontributor kami, mereka memberitakan dan di *share* ke kami dan kita ambil itu sebagai berita juga.

41. Siapa yang terlibat dalam menentukan jangkauan?

- Seluruh humas Direktorat Jenderal Pemasyarakatan dan dibantu oleh humas UPT di daerah-daerah.

42. Apa kendala dalam hal yang menyangkut jangkauan?

- Kendalanya saat ini ada beberapa yang lebih konsen ke pemberitaan negatif.

43. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

- Kembali lagi media itu tidak bisa diatur, kita mencoba bermitra dengan mereka, dengan mengenal mereka dan memberikan informasi apa adanya, tidak ditutupi karena mereka butuh informasi.

44. Apa yang Anda diketahui tentang frekuensi?

- Frekuensi itu berkaitan dengan berapa kali berita itu dipublikasikan.

45. Bagaimana menentukan frekuensi?

- Kalau menurut saya, frekuensi berita itu ditentukan oleh tergantung kontributor di daerah mengirimkan berita kegiatannya ke sini (Humas

Direktorat Jenderal Pemasyarakatan) kalau mereka tidak mengirimkan beritanya ke sini, kita tidak bisa mem-*publish.*

46. Siapa yang terlibat dalam menentukan frekuensi?
    - Seluruh humas Direktorat Jenderal Pemasyarakatan dan dibantu oleh humas UPT di daerah-daerah.
47. Apa kendala dalam hal yang menyangkut frekuensi?
    - Berita itu saat ini lebih ke *bad news is good news*, kalau pemberitaan positif tidak diulang (*rewind*) tetapi kalau berita negatif mereka ulang terus. Karena itu merupakan omset bagi mereka (media), kalau berita negatif bisa jadi frekuensi pemberitaannya bisa dua kali 24 jam terus menerus. Ini tergantung masyarakatnya juga, kalau masyarakat tidak mau berita negatif, pikirannya positif. Lama kelamaan berita itupun akan hilang. *Mindset* masyarakat kita saat ini cenderung lebih senang menonton berita negatif dari pada positif.
48. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?
    - Untuk mengatasi frekuensi berita yang buruk berulang-ulang bisa melalui *press conference, press release*, publikasi berita-berita positif di *website* dan media sosial.
49. Apa yang Anda diketahui tentang fleksibel?
    - Fleksibelan sebuah media adalah bagaimana media tersebut gampang atau tidak dalam berpublikasi.
50. Bagaimana menentukan fleksibel?
    - Selama ini media yang paling fleksibel itu media *online* contohnya detik.com. Tetapi fleksibel tidaknya itu tergantung seberapa kenal kita

dengan wartawan itu, lebih ke personal biasanya via *whatsapp* dan telepon.

51. Siapa yang terlibat dalam menentukan fleksibel?
    - Lebih ke pimpinan, karena saya yang berhubungan langsung.
52. Apa kendala dalam hal yang menyangkut fleksibel?
    - Kendalanya adalah mengenal wartawan, mengenal satu orang, untuk mengenal lebih dekat butuh waktu.
53. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?
    - Ya tentunya dengan lebih menjalin hubungan personal yang baik dengan insan pers tersebut.
54. Apa yang Anda diketahui tentang kualitas pemberitaan?
    - Kualitas pemberitaan itu adalah bagaimana berita itu ditulis apakah berkualitas atau tidak.
55. Bagaimana menentukan kualitas pemberitaan?
    - Bisa ditentukan dengan melihat hasil pekerjaannya/pemberitaannya itu *hoax* atau tidak, betul atau tidak, kemudian beritanya itu tendensius tidak.
56. Siapa yang terlibat dalam menentukan kualitas pemberitaan?
    - Seluruh humas dan pejabat.
57. Apa kendala dalam hal yang menyangkut kualitas pemberitaan?
    - Terkadang banyak media yang pemberitaannya tidak sesuai dengan fakta di lapangan. Dan juga ada media yang selalu menjelek-jelekan kita dengan berita yang di-*publish*.
58. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

- Yang kita lakukan, humas menghubungi media tersebut dan memberikan klarifikasi jika berita tersebut tidak sesuai dan kita berikan keterangan resmi yang biasanya kita publikasikan di *website* kita.

59. Apa yang Anda diketahui tentang sikap dan personal insan media?

- Pekerjaan humas adalah salah satunya melakukan publikasi. Publikasi tentu memerlukan peran media massa. Adanya kerjasama yang baik dengan media, jadi hubungan itu harus dijaga dengan baik. Mengetahui pribadi masing-masing wartawan sangat penting.

60. Bagaimana menentukan sikap dan personal insan media?

- Sikap dan personal insan media ditentukan dimana wartawan itu bernaung. Apakah wartawan itu sopan atau tidak, punya moral atau tidak. Biasanya wartawan media-media besar mereka memiliki sikap dan pribadi yang baik. Sehingga kita biasanya lebih mudah untuk bekerja sama. Tetapi tidak memungkinkan wartawan itu juga tidak yang seperti kita harapkan, semua itu tergantung pribadi masing-masing.

61. Siapa yang terlibat dalam menentukan sikap dan personal insan media?

- Semua humas. Tetapi pejabat lebih ditekankan, karena apapun itu kan pejabat yang lebih berwenang, biasanya hubungan personal antara pejabat humas dan wartawan lebih akrab, karena kita sendiri sering berkomunikasi melalui grup-grup *whatsapp*.

62. Apa kendala dalam hal yang menyangkut sikap dan personal insan media?

- Kendalanya kadang wartawan itu meminta balasan berupa imbalan atas berita yang mereka publikasikan. Kebanyakan dari mereka adalah wartawan yang bukan dari media besar.

63. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

- Sebenarnya hal ini bukan hal yang benar, biasanya kita humas tidak memberikan apa yang mereka minta. Kita pun kalau mengundang wartawan biasanya kita sediakan makanan dan jamuan.

Hasil Wawancara

Dengan : Irma Rachmani, S.Sos. (Informan)

Hari/Tanggal : Kamis, 08 Februari 2018

1. Apa yang dimaksud dengan publikasi?
   - Publikasi itu kegiatan menyebarluaskan, menginfokan pesan kepada publik dari kita (Direktorat Jenderal Pemasyarakatan) untuk tujuan yang ingin kita capai dengan media tertentu.
2. Kenapa Bapak/Ibu memberikan pengertian seperti itu?
   - Karena ini disesuaikan dengan tugas kita sebagai humas, salah satunya sebagai media informasi publik karena kita corongnya Direktorat Jenderal Pemasyarakatan.
3. Apakah tujuan dari publikasi?
   - Tujuannya sudah pasti menginfokan, memperkenalkan Direktorat Jenderal Pemasyarakatan, produk-produk Direktorat Jenderal Pemasyarakatan.
4. Kenapa tujuannya seperti itu?
   - Ya karena memang tujuan utamanya citra positif Pemasyarakatan.
5. Bagaimana tujuan itu disepakati?
   - Tujuan itu disepakati pasti ada rapat besar, karena Direktorat Jenderal Pemasyarakatan tugasnya harus dari atas mengerucut ke bawah, jadi pasti ada rapat dari pimpinan teratas sampai akhirnya di humas.
6. Kapan publikasi dilakukan?

- Publikasi dilakukan kapan saja, tidak harus ada *event* baru publikasi, seperti berita-berita di *website* kita itu setiap hari publikasi, tanpa harus ada *event-event* seperti pameran, tapi kan tetep setiap hari ada publikasi, cuma mungkin tingkatannya tidak terlalu besar kalo ada *event* tingkat publikasinya lebih tinggi atau lebih besar.

7. Kenapa publikasi tersebut dilakukan?
   - Kalau publikasi harian memang sudah tugas kita, karena kita mengumpulkan info-info dari kontributor di daerah untuk dipublikasikan secara lebih luas tidak hanya di lingkup mereka saja tapi juga sampai pimpinan tertinggi. Kalo misalkan untuk *event* yang lebih besar, supaya masyarakat tahu tentang Direktorat Jenderal Pemasyarakatan, tahu tentang *event* yang kita laksakan, mungkin mereka bisa dateng.
8. Bagaimana pelaksanaan publikasi tersebut?
   - Kalo publikasi harian via *website*, medsos kita sebar. UPT mengirim ke *email* kita, nanti kita edit beritanya lalu kita *publish* di *website*, kalo sudah di *website* nanti *link*-nya kita *share* via sosial media kita trus grup-grup *whatsapp*, di UPT banyak di Kanwil banyak disinipun banyak. Jadi kita *share* ke semua *link* yang ada. Kalo yang insidentil lewat *website* pasti ya, karena itu tugas setiap hari. Bisa kita buat *release*, kita undang wartawan untuk datang ke *event* itu, kita buat *banner* tidak cuma disini tapi juga di jalan-jalan. Semua itu kerjaannya humas.
9. Siapa yang terlibat dalam melakukan publikasi?

- Yang pasti dari humas terlibat semua, teknisnya di humas. Cuma untuk spesifiknya itu penanggung jawabnya Sekretaris Dirjen dan kalo untuk kegiatan besar misalnya Rakernis itu kan dari Sekretariat. Kalau pameran itu dari Direktorat Bina Narapidana. Jadi dikombinasikan, humas teknisnya.

10. Kenapa mereka yang terlibat dalam melakukan publikasi?
    - Karena memang tugas kita seperti itu.
11. Apa pengertian Anda tentang pemilihan media?
    - Pemilihan media mungkin lebih ke media-media apa saja yang kira-kira akan kita pilih dan sesuai dengan apa yang ingin kita publikasikan. Karena misalnya *event* A belum tentu target kita sama dengan kalau kita melaksakan *event* B. Jadi media-medianya harus disesuaikan dengan siapa publik yang kita ingin capai.
12. Apa saja media yang digunakan dalam publikasi?
    - Kita pakai *website* tentu pasti nomor satu, media sosial kita terus kita buat *release* kita sebar ke media-media, kalo untuk mengiriman *release* biasanya Bu Rika (Kasubbag Publikasi) karena punya grup wartawan biasanya kita *share* disitu, tapi ada juga yang bersurat biasanya untuk media besar, kalau televisi ada MetroTV, TVOne biasanya bersurat. Kalo media *online* biasanya ada grup wartawan.
13. Kenapa media tersebut digunakan dalam publikasi?
    - Untuk saat ini mungkin itu yang paling efektif, tidak terlalu makan biaya yang pasti dan cepat informasinya sampai.
14. Dalam pemilihan media tersebut, siapa saja yang terlibat?

- Tanggung jawabnya lebih besar di humas, karena mulai tahap awal konsep sampai penyebaran kita yang tanggung jawab, jadi itu lebih ke humas.

15. Kenapa mereka yang terlibat?
    - Karena memang tugas dan tanggung jawab, humas melaksanakan teknisnya.
16. Apa yang diperhatikan dalam pemilihan media?
    - Yang pasti kita harus tahu siapa yang mau kita tuju, target kita siapa. Karena beda-beda, maksudnya kadang *event*-nya dimana kadang dimana, jadi pasti pemilihan medianya beda.
17. Kenapa hal tersebut yang diperhatikan?
    - Kalau *event* pameran, berarti itu jangkauan khalayak yang ingin kita capai tidak hanya dari Kementerian Hukum dan HAM RI tetapi ada juga dari orang-orang kesenian, orang-orang pariwisata, karena itukan sebagai promosi kesenian jadi mungkin dari Dinas Pariwisata bisa mengiundang warga binaan untuk ikut acara-acara mereka, terus masyarakat luas juga. Ini sangat luas sekali khalayak yang ditargetkan, jadi sebisa mungkin media yang dipilih sebanyak mungkin, bisa dari medsos, *website*, iklan. Semua saluran bisa digunakan.
18. Bagaimana dalam memutuskan pemilihan media?
    - Pasti ada rapat redaksi dulu di humas, dari rapat itu pimpinan (Kabag dan Kasubbag) nanti lapor ke pimpinan yang lebih tinggi dalam hal ini Ibu Sesdit nanti disetujui atau tidak baru jalan. Nanti kalau dibutuhkan anggaran untuk iklan berarti ada anggaran yang cair.

19. Siapa yang dilibatkan dalam memutuskan pemilihan media?

- Semua staf humas pasti dilibatkan, karena kita kan rapat. Titik awalnya dari rapat humas dulu semua ide ditampung, selanjutnya diambil keputusan. Setelah itu dilaporkan ke atas.

20. Apa kendala dalam pemilihan media?

- Kendala yang pastinya anggaran terbatas.

21. Kenapa hal tersebut bisa terjadi?

- Karena setahu saya anggaran iklan untuk tahun ini sudah dialihkan ke kegiatan yang lain, jadi kita tidak tahu tahun ini akan beriklan di koran atau tidak. Biasanya kita beriklan di koran bertepatan Hari Bhakti Pemasyarakatan, biasanya kita buat advertorial. Pernah kita beriklan di koran Sindo.

22. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

- Mengatasinya biasanya Kabag atau Kasubbag Publikasi lapor ke Sesdit, nanti Sesdit yang memberi disposisi untuk anggaran. Atau kita juga bisa, memaksimalkan *channel* yang ada pastinya, tapi kalo butuh anggaran kita tetep lapor ke Sesdit, karena percairannya harus melalui beliau.

23. Apakah perencanaan pemilihan media pernah dievaluasi?

- Jadi sebenarnya ketika ada rapat awal harus ada rapat akhir atau evaluasi, tapi terkadang kita suka melupakan hal itu. Kadang dilaksanakan kadang tidak. Paling kalau ada acara besar misalkan, biasanya kalo ada Indonesian Present Art Festival (IPAFEST) ada rapat evaluasi tapi bukan humas, tapi panitia Indonesian Present Art

Festival (IPAFEST). Mungkin disitu akan dibahas efektifitas media yang sudah diambil bagaimana sejauh apa, termasuk kinerja humas di Indonesian Present Art Festival (IPAFEST). Jadi rapat evaluasi lebih ke panitia Indonesian Present Art Festival (IPAFEST), bukan humasnya saja.

24. Kenapa hal tersebut dilakukan?
    - Karena dalam melakukan kegiatan besar seperti Indonesian Present Art Festival (IPAFEST) mendatang itu tidak hanya humas yang terlibat tetapi juga ada bagian lain.
25. Bagaimana mengevaluasi perencanaan pemilihan media?
    - Biasanya dievaluasi dalam rapat akhir setalah acara berlangsung, humas juga dilibatkan.
26. Apa acuan dalam melakukan evaluasi?
    - Sejauh ini kalau saya pribadi lihat Sesdit kalau misalnya ada acara-acara, patokannya berhasil atau tidaknya dilihat dari banyaknya wartawan yang datang. Tidak peduli wartawan itu benar atau tidak, indikatornya banyak wartawan acaranya sukses. Jadi kita mungkin ngundang di grup wartawan bisa melalui grup wartawan dan media besar biasanya bersurat. Tetapi juga ada di grup itu misalkan ada 50 anggota, tetapi bisa menyebar sampe bisa dua kali lipatnya wartawan yang hadir. Karena itu yang nampak, walaupun itu belum tentu wartawan benar (bodong) yang asal dateng dapat amplop tetapi ya jeleknya disini masih seperti itu. Paling setelah acara, Sesdit minta berita-berita yang dipublikasi dibuat laporan. Kalau media-media besar

dan valid itu pasti memang ada beritanya, tapi kadang diabsensi ada nama media yang bahkan kita tidak tahu media tersebut, bahkan kita juga tidak tahu mau melacak *website*-nya dimana.

27. Apa saja kriteria pemilihan media untuk publikasi di Humas DITJENPAS?

- Kriterianya yang pasti siapa target yang kita capai. Terus lihat juga dari anggaran yang kita punya pastinya. Dan mau berapa kali atau mungkin berapa lama publikasi yang kita lakukan itu dilakukan.

28. Kenapa kriteria tersebut yang digunakan?

- Target perlu diperhatikan karena mereka orang yang mau, istilahnya mereka *goal* kita, ketika kita menyebarkan inrormasi kita mau orang itu tahu. Jadi kita harus tahu siapa target kita. Anggaran penting karena namanya instansi pemerintah, ketika kita melakukan sesuatu ada anggarannya, anggaran itu harus dipertanggungjawabkan, harus dipakai walaupun cuma sedikit. Bagaimana kita mengelola anggaran yang ada, jadi kan humas ada program kerjanya ada *newsletter*, itu punya anggaran sendiri, untuk iklan ada anggaran sendiri. Jadi bagaimana kita mengelola anggaran itu, dibagi-bagi porsinya. Saya bilang tadi, anggaran iklan dialihkan. Nanti ternyata butuh iklan, penanggung jawab program iklan itu lapor ke Kabag, anggaran ini sudah dialihkan ke yang lain, tapi ternyata kita butuh iklan, nanti Kabag konsul ke Bu Sesdit. Apakah ambil ke *post* lain atau bagaimana. Tapi tetap semua itu butuh pertanggungjawabannya. Kalo frekuensi, semakin banyak kita melakukan publikasi, orang semakin banyak tahu dan menambah besar peluang orang untuk datang

misalnya buat datang ke acara Indonesian Present Art Festival (IPAFEST). Kita sekarang memang belum mulai publikasi, paling baru internal saja. Tapi misalnya kita sudah mulai publikasi dari sekarang mungkin orang sudah mulai *aware* nanti ada Indonesian Present Art Festival (IPAFEST) tapi kan mungkin lupa, nanti selanjutnya kita ingatkan lagi. Jadi semakin lama semakin banyak semakin bagus. Seharusnya dari sekarang sudah mulai gencar publikasi untuk acara Indonesian Present Art Festival (IPAFEST). Dua bulan itu bukan waktu yang lama. Ketika kita ada mau publikasi pasti ada materi publikasi, sejauh ini materi itu masih dipersiapkan. Semakin cepat semakin bagus, walaupun yang pasti kalau kita mau cepat, anggaran kan juga harus ada. Apalagi permasalahan di pemerintahan itu di awal tahun, mungkin anggaran sudah ada tapi kadang mengalami revisi anggaran, jadi kadang tidak bisa dicairin dulu. Untuk mengatasinya acaranya tetap harus jalan dengan pakai anggaran yang ada, itu kebijakan pimpinan untuk menggunakan anggaran yang ada.

29. Apa yang Anda diketahui tentang audiens/publik?

- Balik lagi sebelumnya, audiens itu adalah target publik kita yang ingin sasar.

30. Bagaimana menentukan audiens/publik?

- Menentukan audiens itu sesuai dengan tujuan awal publikasi kita, perlu diperhatikan karena mereka orang yang mau, istilahnya mereka *goal* kita, ketika kita menyebarkan inrormasi kita mau orang itu tahu. Jadi kita harus tahu siapa target kita.

31. Siapa yang terlibat dalam menentukan audiens?

- Biasanya tergantung pimpinan mau acara seperti apa, jadi dia yang arahin. Kira-kira siapa audiens kita yang paling sesuai dengan apa yang kita mau lakukan. Biasanya nanti pimpinan mau ABCD baru turun ke bawah, baru kita laksanakan. Jadi kita sesuaikan pimpinan mau targetnya seperti ini jadi kita milih medianya seperti apa.

32. Apa kendala dalam hal yang menyangkut audiens?

- Kendalanya kita mungkin punya konsep, tapi pimpinan maunya yang lain. Kita harus menyesuaikan pimpinan, walaupun kadang kita kasih masukan, kalo pimpinan maunya A, ya kita harus A.

33. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

- Susah kalau sudah begitu, kita harus mengikuti pimpinan.

34. Apa yang Anda diketahui tentang kesesuaian?

- Kesesuaian media kita memilih media mana saja yang sesuai dengan apa yang kita mau publikasikan. Mungkin kalau kita bukan jadi hal utama yang paling penting, tapi tetap jadi perhatian kita untuk menyesuaikan ketika kita buat acara, kira-kira media yang paling efektif apa, disesuaikan juga.

35. Bagaimana menentukan media yang sesuai untuk publikasi?

- Menentukan media yang sesuai ditentukan dengan apa yang ingin kita sampaikan, media tersebut meyesuaikan apa yang kita mau.

36. Siapa yang terlibat dalam menentukan media yang sesuai?

- Dari humas sampai penanggung jawab acara itu siapa. Tapi humas pasti dilibatkan.

37. Apa kendala dalam hal yang menyangkut kesesuaian?

- Kita harus menyesuaikan dengan apa yang orang lain mau, jadi keputusan tidak sepenuhnya ada di tangan humas. Orang lain disini lebih ke pimpinan. Jadi misalnya kita ada strategi ABCD, tapi pimpinan bilang lakukan hal yang lain. Misalnya kemarin sempat rapat PPID, kita sudah melaporkan hasil rapatnya ke Bu Sesdit. Tapi ternyata beliau minta tambahkan ini itu, sementara itu butuh biaya, materi baru, jadi itu susahnya disitu. Jadi kadang rencana itu jadi melebar-melebar ke hal-hal yang butuh tenaga dan juga dana.

38. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

- Untuk mengatasinya kalau sudah sepetti itu yang harus dilakukan.

39. Apa yang Anda diketahui tentang jangkauan?

- Mungkin lebih sejauh mana informasi itu mau sampai ke publik. Maksudnya, apakah hanya lingkup lokal saja ataukah mungkin provinsi atau nasional.

40. Bagaimana menentukan jangkauan tersebut?

- Kita selama ini kerja samanya dengan media itu tidak hanya lokal tapi nasional. Diutamakan yang nasional karena biasanya mereka punya kontributor di daerah, biasanya kita memaksimalkan itu sih, misalnya antara.com punya kontributor daerah. Jadi kita kalau ada acara kita undang atau diinformasikan. Selain itu juga tribunnews.com. Kita maksimalkan media media nasional yang punya cabang di seluruh provinsi.

41. Siapa yang terlibat dalam menentukan jangkauan?

- Semua berawal dari rapat humas dan ditentukan oleh pimpinan.

42. Apa kendala dalam hal yang menyangkut jangkauan?

- Kadang konsep yang sudah dibuat bisa jadi ditambah. Misalnya kita maunya media-media ini saja tapi ternyata coba tambahin media yang lain. Padahal sebenernya media itu tidak terlalu *booming* banget. Seperti contoh acara di Nusa Kambangan yang dihadari Kapolri, kita biasanya undang TV dan *online* saja. Tetapi pimpinan tiba-tiba minta tolong undang juga majalah Gatra. Pokoknya media yang sudah tidak terlalu *booming*. Padahal saat ini orang lebih suka baca media *online* dibanding majalah, jadi agak-agak aneh saja.

43. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

- Mengatasinya harus mengikuti perintah.

44. Apa yang Anda diketahui tentang frekuensi?

- Frekuensi itu lebih banyak kalo ada berita negatif atau kasus, semakin banyak berita negatif, Pemasyarakatan jadi semakin di-*bully*. Jadi apapun yang kita lakukan selalu salah di mata publik. Jadi mau ada pameran, ataupun yang bagus, kayanya Pemasyarakatan sudah identik sama hal-hal yang negatif. Itulah tantangan ke depan yang masih susah dicari jalan keluarnya.

45. Bagaimana menentukan frekuensi?

- Frekuensi itu tidak bisa ditentukan, karena masalah biasanya datang tiba-tiba.

46. Siapa yang terlibat dalam menentukan frekuensi?

- Biasanya humas yang terlibat.

47. Apa kendala dalam hal yang menyangkut frekuensi?

- Ya itu dengan tingginya pemberitaan yang negatif tentang Pemasyarakatan ini.

48. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

- Mengatasinya kita sebagai baian dari humas kita cuma bisa memaksimalkan *channel-channel* yang kita punya, dengan meminimalkan biaya, mulai dari *website* kita sebarkan sebanyak mungkin informasi, tidak hanya disebarkan di lingkungan Kementerian Hukum dan HAM RI atau Direktorat Jenderal Pemasyarakatan saja tapi juga kita sebarkan di *link* wartawan. Entah mereka mau meng-*share* lagi atau mem-*publish* lagi terserah mereka ya penting kita *publish* ke mereka dengan memaksimalkan yang ada.

49. Apa yang Anda diketahui tentang fleksibel?

- Sekarang medsos masih paling fleksibel, jangkauannya lebih luas. Banyak orang saat ini punya medsos, mau di desa mau di kota. Pasti punya medsos. Jadi itu sekarang yang paling efektif buat kita untuk *share* informasi.

50. Bagaimana menentukan fleksibel?

- Ketika kita men-*share release*, mereka pasti langsung *publish*. Tapi paling ada jeda waktu beberapa jam atau sehari setelahnya. Cuma ada beberapa media yang tidak bener itu pasti benar-benar cuma *copy-paste release* yang kita buat. Di satu sisi kita seneng *release* kita di *post*, cuma kalo kita bandingkan dengan media-media yang lebih bagus dan lebih valid, paling mereka cuma ambil sepotong atau

sedikit, mereka lebih ambil inti atau *lead* mereka ketika mereka *door-stop* dengan pimpinan kita.

51. Siapa yang terlibat dalam menentukan fleksibel?
    - Kita sih sebenarnya mengelola bareng-bareng. Kalau spesifiknya misalnya Rio megang *Line*, kalo *Twitter* relatif semuanya bisa, *Fanpage* itu Fariz. Secara umum kita kerjanya bareng-bareng ketika ada *event* biasanya kita *share* di *Twitter*, jadi siapa yang liput kegiatan itu, dia yang langsung *tweet*.
52. Apa kendala dalam hal yang menyangkut fleksibel?
    - Ya kendalanya balik lagi seperti yang saya katakan tadi, banyak media *online* yang hanya *copy-paste* berita yang kita buat.
53. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?
    - Mengatasinya kita biasanya membiarkannya saja, kecuali media tersebut membuat hal-hal yang tidak benar baru kita klarifikasi dan hubungi.

Hasil Wawancara

Dengan : M. Singgih Anugrah Pratama P, A.Md.P, S.H. (Informan)

Hari/Tanggal : Rabu, 07 Februari 2018

1. Apa yang dimaksud dengan publikasi?
   - Publikasi adalah melakukan penyebaran ataupun menginformasikan kepada masyarakat atas kinerja yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pemasyarakatan melalui media massa.
2. Kenapa Bapak/Ibu memberikan pengertian seperti itu?
   - Jadi fungsi publikasi yaitu supaya masyarakat mengetahui apa saja yang telah dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pemasyarakatan dan lebih umunya adalah Kementerian Hukum dan HAM RI.
3. Apakah tujuan dari publikasi?
   - Publikasi bertujuan memberikan informasi kepada masyarakat di seluruh Indonesia yang berkaitan dengan informasi Direktorat Jenderal Pemasyarakatan maupun Kementerian Hukum dan HAM RI.
4. Kenapa tujuannya seperti itu?
   - Karena kita sebagai humas harus memberikan informasi yang telah kita lakukan kepada masyarakat, agar masyarakat tahu apa saja yang telah kita lakukan.
5. Bagaimana tujuan itu disepakati?
   - Jadi untuk misalnya kita sepakati yang dipublikasikan misalkan ada suatu kasus yang kita buatkan *press release*, nah dari *press release* itu kita harus sepakat apakah disetujui oleh Direktur Jenderal maupun

Direktur (Pejabat humas) yang lain, karena dari *press release* itu kita akan menyampaikan suatu informasi kepada masyarakat.

6. Kapan publikasi dilakukan?
   - Untuk di humas, publikasi itu dilaksanakan setiap hari melalui media *online* dan media cetak yang kita kirimkan via *email* ke seluruh pejabat di Direktorat Jenderal Pemasyarakatan. Media cetak disini yaitu media cetak yang kita kliping lalu kita publikasikan ke seluruh wilayah Indonesia melalui *email*, ke pejabatnya saja.
7. Kenapa publikasi tersebut dilakukan?
   - Ya karena balik lagi kita harus memberikan informasi apapun ke masyarakat, baik itu positif ataupun negatif kita tetap harus sampaikan ke masyarakat.
8. Bagaimana pelaksanaan publikasi tersebut?
   - Pelaksanaannya kita lakukan melalui media kita sendiri ada *website*, media sosial, maupun media cetak, online dan elektronik. Tetapi berita harian kita selalu *posting* di *website* kita.
9. Siapa yang terlibat dalam melakukan publikasi?
   - Seluruh staf beserta pejabat humas Direktorat Jenderal Pemasyarakatan. Yang terlibat untuk bertanggung jawab adalah Kasubbag Publikasi (Ibu Rika) seperti contohnya buat berita melalui video kegiatan, dan juga salah satunya *website* itu.
10. Kenapa mereka yang terlibat dalam melakukan publikasi?
    - Karena untuk melakukan publikasi itu juga kita bersama-sama, istilahnya itu melalui pemikiran bersama, kesepakatan bersama ,terus

juga untuk melakukan publikasi itu kita juga mencari sumber informasi bersama-sama. Jadi harus terlibat semuanya.

11. Apa pengertian Anda tentang pemilihan media?
    - Dalam pemilihan media pasti harus memilih media yang nasional, karena dampak yang kita sampaikan dalam publikasi itu juga akan menyeluruh secara nasional. Seperti misalkan untuk media televisi kita sudah melakukan kerjasama dengan MetroTV dan TVOne. Untuk media *online*nya juga yang secara nasional dengan detik.com kompas.com, beritasatu.com dan juga sudah kerjasama.
12. Apa saja media yang digunakan dalam publikasi?
    - Media yang kita gunakan yaitu media *online*, cetak, elektronik, terus juga ada media sosial, *website*.
13. Kenapa media tersebut digunakan dalam publikasi?
    - Alasannya karena media tersebut mencakup secara nasional. Tetapi ada juga media lokal seperti Koran Jakarta hanya di lingkup Jakarta salah satunya.
14. Dalam pemilihan media tersebut, siapa saja yang terlibat?
    - Untuk pemilihan media, semua staf dan pejabatnya terlibat. Lebih spesifik lagi pejabat itu adalah Dirjen, Sekretaris Dirjen beserta para Direktur lain. Jadi pejabat yang menentukan, pelaksanaanya ada di bagian humas.
15. Kenapa mereka yang terlibat?
    - Ya karena memang tugas dan tanggung jawabnya seperti itu.
16. Apa yang diperhatikan dalam pemilihan media?

- Yang pertama itu media tersebut mencakup secara nasional, kedua media tersebut dipercaya oleh masyarakat, beritanya akurat. Untuk media tersebut menyampaikan tidak memihak pada sesuatu atau netral.

17. Kenapa hal tersebut yang diperhatikan?
    - Mencakup secara nasional karena tujuan kita inginnya seluruh masyarakat Indonesia tahu dan baca berita tentang pemsayarakatan, dan berita itu harus yang berkualitas, sehingga apa yang kita ingin capai dapat masyarakat tahu.
18. Bagaimana dalam memutuskan pemilihan media?
    - Sebelum kita memutuskan seperti kita memilih media itu, ada rapat awal internal humas dahulu, setelah rapat internal di humas ada kesepakatan, baru kita sampaikan secara keseluruhan ke seluruh Direktorat Jenderal Pemasyarakatan. Keputusannya disampaikan oleh Dirjen.
19. Siapa yang dilibatkan dalam memutuskan pemilihan media?
    - Yang dilibatkan tentunya humas.
20. Apa kendala dalam pemilihan media?
    - Kendalanya seperti, kadang ada media juga yang “abal-abal”, datang cuma ada maksud tertentu. Terus juga kendalanya kadang mereka hanya istilahnya datang kita mengadakan konferensi pers, mereka dateng hanya mengharapkan amplop saja, tetapi ada juga media yang datang untuk benar-benar mencari berita.
21. Kenapa hal tersebut bisa terjadi?

- Karena mereka menganggap pemasyarakatan citranya memang sudah negatif jadi mereka mengharapkan imbalan agar mereka bisa membuat beritanya.

22. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?
    - Kita harus cermat, pertama kita periksa identitasnya atau *ID card* nya, kedua seragam, itu perlu misalkan TVOne dan MetroTV, KompasTV sudah jelas seragamnya, kadang media yang belum nasional mereka belum pakai seragam mereka hanya menunjukan identitas aja. Kadang mereka juga bawa surat tugas yang belum tahu dari mana. Jika media tersebut meminta imbalan, kita harus minta pertanggungjawaban atas berita yang dipublikasikan. Sebenarnya tidak ada anggaran untuk media, tetapi kita gunakan anggaran lain untuk media.
23. Apakah perencanaan pemilihan media pernah dievaluasi?
    - Evaluasi dilakukan dengan memilah-milah media nasional saja, istilahnya tidak perlu kuantitas tapi kualitas melalui rapat bersama.
24. Kenapa hal tersebut dilakukan?
    - Hal itu dilakukan agar kita tahu media mana saja yang benar-benar.
25. Bagaimana mengevaluasi perencanaan pemilihan media?
    - Mengevaluasi melalui rapat.
26. Apa acuan dalam melakukan evaluasi?
    - Acuannya kita kalo aturan hukum mengacu pada Keterbukaan Publik yang berada di Keputusan Direktur Jenderal Pemasyarakatan.
27. Apa saja kriteria pemilihan media untuk publikasi di Humas DITJENPAS?
    - Kualitas, jangkauan nasional.

28. Kenapa kriteria tersebut yang digunakan?

- Kenapa kualitas, karena sebenernya kita tidak perlu banyak media tapi kualitas atau berita yang dipublikasikan tidak berbobot, lebih baik medianya tidak terlalu banyak tetapi berkualitas. Kalo jangkauannya ya kita memang harus nasional karena supaya masyarakat seluruh Indonesia tahu. Kita menseleksi dengan cara datang langsung ke kantor media seperti KompasTV, TVOne, MetroTV bertemu dengan Pemimpin Redaksiya. Disana kita menyampaikan kegiatan-kegiatan UPT Pemasyarakatan yang ada di seluruh Indonesia, selama ini media memberitakan yang jelek-jelek saja, karena memang media menganggap *bad news is good news*. Hal ini dilakukan sesekali saja, dan kita misalkan ada kejadian seperti kemarin, kita juga rutin untuk kunjungan media.

29. Apa yang Anda diketahui tentang audiens/publik?

- Audiens itu penonton ya, masyarakat umum yang kita berikan informasi. Penting untuk mengetahui audiens, karena untuk hasil kinerja yang kita lakuakan kan masyarakat harus tahu apa saja yang kita lakukan.

30. Bagaimana menentukan audiens/publik?

- Cara nentuinnya itu dengan rapat, karena seluruh kegiatan kita berawal dari rapat dan kadang perintah langsung dari atasan.

31. Siapa yang terlibat dalam menentukan audiens?

- Atasan sih, pejabat lebih khususnya. Karena mereka yang punya kewenangan, kita yang melaksanakan. Pejabat disisni Kepala Bagian

Humas dan Protokol, Kasubbag Publikasi, Kasubbag Analisa dan Strategi Komunikasi dan Kasubbag TU dan Pimpinan Protokol lebih ke pimpinan bukan ke bagian humas.

32. Apa kendala dalam hal yang menyangkut audiens?

- Kendalannya kadang masyarakat tidak menerima sebagus apapun yang kita lakukan, yang kita publikasikan, tapi memang *mindset*nya masyarakat sudah negatif jadi kita harus kerja keras untuk bangun citra positif lagi.

33. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

- Ya kita harus publikasikan seluruh kegiatan kita, kegiatannya ada pembinaan seperti banyak macam-macamnya yang sudah dipublikasikan juga di Kementerian Perindustrian, dan juga bentuk pameran produk kreatif.

34. Apa yang Anda diketahui tentang kesesuaian?

- Kesesuaian media yaitu media yang sesuai dengan porsi yang kita inginkan. Kita istilahnya sudah rapat kesepakatan bersama untuk menentukan media mana saja yang kita gunakan untuk mempublikasikan berita itu.

35. Bagaimana menentukan media yang sesuai untuk publikasi?

- Cara menentukannya kita harus tahu dulu arah pemberitaan media tersebut ke apa, apakah lebih ke berita atau bukan.

36. Siapa yang terlibat dalam menentukan media yang sesuai?

- Semua humas, pejabat dan staf. Pejabat yang menentukan, staf yang melaksanakan.

37. Apa kendala dalam hal yang menyangkut kesesuaian?

- Kadang beda pendapat antara si A,B,C. Baik itu pejabat maupun staf kadang dalam rapat, istilahnya media ataupun masyarakat ini sesuai atau tidak.

38. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

- Kesepakatannya kita istilahnya kita lakukan *polling*, mayoritas menjadi keputusan akhir.

39. Apa yang Anda diketahui tentang jangkauan?

- Jangkauan itu berkaitan dengan nasional atau lokal. Kita sih lebih ke nasional, tetapi kalo UPT di daerah lebih ke lokal.

40. Bagaimana menentukan jangkauan tersebut?

- Menentukan jangkauan yaitu dengan melihat media itu. Apakah media itu media yang jangkauannya nasional atau media itu jangkauannya lokal saja.

41. Siapa yang terlibat dalam menentukan jangkauan?

- Yang terlibat yaitu pejabat yang menentukan staf yang melaksanakan.

42. Apa kendala dalam hal yang menyangkut jangkauan?

- Misalkan media melakukan wawancara dengan kita, kadang terkendala juga salah satunya dengan waktunya, kadang juga pejabat yang diwawancarai ada kegiatan lain seperti rapat atau dinas ke luar kota sedangkan harus datang ke media tersebut untuk *live*.

43. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

- Mungkin untuk memcahkan kendala tersebut melalui telepon interaktif. Karena televisi jangkauannya kan nasional.

44. Apa yang Anda diketahui tentang frekuensi?

- Frekuensi sama dengan jumlah. Frekuensi media, jumlah media dalam sehari itu kan kita kalo cetak kita kliping setiap hari, kalo media *online* kita lakukan hal yang sama. Kalo *online* kan lebih banyak. Yang menentukan frekuensi yaitu kalo biasanya sih memang kalo untuk berita yang namanya penjara, pastinya negatif. Kita pilah antara negatif dan positif. Sehari ada berapa berita positif dan negatif.

45. Bagaimana menentukan frekuensi?

- Menentukan frekuensi disini pasti berdasarkan ada masalah atau tidak, kalo ada permasalahan atau kasus itu cenderung media mempublikasi nya lebih banyak dibandingkan dengan kalau tidak ada masalah.

46. Siapa yang terlibat dalam menentukan frekuensi?

- Semua anggota humas.

47. Apa kendala dalam hal yang menyangkut frekuensi?

- Kendalanya media *online* banyak, kadang tidak semuanya terjangkau. tidak semua media kita masukkan. Misalkan kita sudah punya banyak berapa media *online*nya. Tidak ada patokan khusus. Kadang ada media *online* yang meng-*copy* media lain. Jadi kita masukkan satu saja.

48. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

- Mengatasinya dengan cara kita biasanya dengan *list* media mana saja yang kredibel dan akurat untuk publikasi selanjutnya.

49. Apa yang Anda diketahui tentang fleksibel?

- Fleksibel berkaitan hubungan personal dengan media tersebut. Biasanya Bapak Kabag, biasanya Ia karena sudah terjalin komunikasi

dengan media secara nasional. Jadi ya fleksibel saja bisa melalui *Whatsapp*, bisa via langsung telepon.

50. Bagaimana menentukan fleksibel?
    - Cara menentukannya kita pasti tahu media mana saja yang "ribet" dan media mana saja yang fleksibel. Itu semua kita klasifikasikan, tentu atas saran dari Kabag sendiri.
51. Siapa yang terlibat dalam menentukan fleksibel?
    - Semua, tetapi kalau untuk yang berhubungan langsung dengan media yaitu Bapak Kabag. Kalau Kabag tidak ada bisa digantikan dengan pejabat lain seperti Kasubbag.
52. Apa kendala dalam hal yang menyangkut fleksibel?
    - Kedalanya itu karena fleksibel, jadi berderet. Satu media sudah menghubungi, bisa 10 media lain bisa menghubungi hal yang sama. Misalkan seperti kasus Nazarudin kemarin, awalnya detik.com atau kompas.com mau wawacarai tentang Nazarudin. Setalah itu media lain juga menghubungi juga.
53. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?
    - Cara mengatasinya sih biasanya kalo udah mencakup nasional *urgent* kita buat konferensi pers, tapi selain itu juga biasaya Kabag juga ada group *Whatsapp* yang media-media besar. Kabag langsung kasih *statement* di group tersebut.
54. Apa yang Anda diketahui tentang kualitas pemberitaan?
    - Kualitas pemberitaan yaitu beritanya pastinya berkualitas seperti misalnya suatu berita menulis tentang kinerja Pemasyarakatan lalu

instilahya postif tentang Pemasyarakatan itu yang kita katakan berkualitas.

55. Bagaimana menentukan kualitas pemberitaan?

- Yang pertama media itu sudah dikenal secara nasional, kedua isi berita itu berbobot atau tidak.

56. Siapa yang terlibat dalam menentukan kualitas pemberitaan?

- Pejabat dan staf humas.

57. Apa kendala dalam hal yang menyangkut kualitas pemberitaan?

- Kendalanya terkadang kita sudah mempercayakan suatu media yang berkualitas secara nasional, tetapi tidak sesuai dengan yang kita harapkan. Atau yang kita sudah sampaikan panjang lebar, tidak semuanya ditulis ataupun diberitakan media tersebut, hanya sepotong-sepotong.

58. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

- Mengatasinya paling kita *warning* dengan wartawan tersebut, apa yang kita sampaikan harus benar-benar disampaikan, baik itu ditulis atau diberitakan. Kalo sudah kejadian berita itu dipublikasikan, mungkin kita juga hubungi lagi wartawan yang bersangkutan. Biasanya pejabat atau Kabag humas. Kadang ada berita yang tidak pas, kalo humas yang mengklarifikasikan berita tersebut.

Hasil Wawancara

Dengan : Rika Aprianti, A.Md.I.P., S.Sos, M.Si. (Informan)

Hari/Tanggal : Jumat, 02 Februari 2018

1. Apa yang dimaksud dengan publikasi?
   - Publikasi itu untuk Direktorat Jenderal Pemasyarakatan sendiri berarti penyampaian informasi atau pesan kepada publik baik itu internal (Direktorat Jenderal Pemasyarakatan dan Kementerian Hukum dan HAM RI) dan instansi terkait. Dan juga terpenting masyarakat mengenai apa yang terjadi atau apa yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pemasyarakatan.
2. Kenapa Bapak/Ibu memberikan pengertian seperti itu?
   - Apa yang terjadi atau apa yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pemasyarakatan, khususnya hal yang positif. Tetapi tidak juga menutup kemungkinan hal yang negatif, karena Direktorat Jenderal Pemasyarakatan itu kan adalah berita yang "seksi", menarik perhatian masyarakat dan media, tentunya tugas kita memberikan hal yang benar. Kadang-kadang hal yang tersampaikan di masyarakat tidak sesuai dengan yang terjadi dan kondisi yang sebenarnya.
3. Apakah tujuan dari publikasi?
   - Buat kita tujuan publikasi yaitu mengedukasi masyarakat, memberikan informasi kepada masyarakat dan mengajak masyarakat untuk ikut dalam kegiatan Direktorat Jenderal Pemasyarakatan.
4. Kenapa tujuannya seperti itu?

- Karena seluruh kegiatan Direktorat Jenderal Pemasyarakatan tetap membutuhkan peran masyarakat selain memang instansi terkait khususnya aparat penegak hukum dan instansi terkait pelaksanaan pembinaan dan pengamanan.

5. Bagaimana tujuan itu disepakati?
   - Tujuan disepakati sih biasanya lewat rapat internal humas yang terjadwal maupun yang insidentil. Rapat bisa dilakukan dengan internal humas sendiri maupun dengan unit lain, karena humas sendiri merupakan *supporting unit* yang mengakomodir, mendapatkan data, mempublikasikan data kerja yang berada di masing-masing Direktorat Jenderal Pemasyarakatan.
6. Kapan publikasi dilakukan?
   - Setiap saat.
7. Kenapa publikasi tersebut dilakukan?
   - Seperti kita ketahui, kita punya *website* yang setiap hari kita mempublikasi berita-berita positif, selain hal-hal yang teragenda untuk acara-acara tertentu ataupun yang sudah terjadwal.
8. Bagaimana pelaksanaan publikasi tersebut?
   - Pelaksanaan publikasi kita media cetak yang sering kita laksanakan, maupun media elektronik.
9. Siapa yang terlibat dalam melakukan publikasi?
   - Tim humas. Yang pastinya di bagian sub publikasi.
10. Kenapa mereka yang terlibat dalam melakukan publikasi?

- Saya rasa humas itu sudah punya peran kolektif di situ. Semuanya kita perannya di situ.

11. Apa pengertian Anda tentang pemilihan media?
    - Pemilihan media, kalo kami boleh mengatakan publikasi dalam pemilihan media tentunya kami memilih media yang mempunyai pembaca yang besar bisa dikatakan bahwa itu adalah media besar, karena apa, karena jangkauan dan efeknya tentunya akan lebih besar seperti pasti tahu lah media-media yang besar. Sekarang itu kan yang paling gampang orang baca adalah media *online* karena kapanpun dia pegang *handphone* dia bisa baca. Media *online* pun ada media yang besar ada media yang tidak besar. Contoh-contohnya media *online* besar siapa yang tidak tahu detiknews.com, siapa yang tidak tahu tribunnew.com, siapa yang tidak tahu kompas.com.
12. Apa saja media yang digunakan dalam publikasi?
    - Kami memilih semua media, baik itu media cetak, elektronik, media sosial, apapun itu dan terlebih lagi media *online*.
13. Kenapa media tersebut digunakan dalam publikasi?
    - Saya lebih mengatakan media *online*, karena kembali lagi masyarakat sekarang ini lebih mudah mengakses media *online*. Rata-rata masyarakat sudah pegang *handphone* dan media *online* lebih gampang diakses dan tidak membutuhkan waktu yang spesifik mereka harus membaca, misalkan mereka harus membaca koran atau menonton televisi.
14. Dalam pemilihan media tersebut, siapa saja yang terlibat?

- Tim humas. Semuanya.

15. Kenapa mereka yang terlibat?
    - Karena balik lagi, semuanya mempunyai peran kolektif, meskipun keputusan tetap dipegang oleh satu kepala.
16. Apa yang diperhatikan dalam pemilihan media?
    - Yang paling diperhatikan adalah efeknya dan jangkauannya
17. Kenapa hal tersebut yang diperhatikan?
    - Efek penting karena kita buat berita dengan tujuan berita itu sampai ke masyarakat dengan harapan masyarakat tahu info itu. Sedangkan jangkauan kalo info itu ingin masyarakat tahu otomatis medianya pun harus yang memiliki jangkauan yang besar.
18. Bagaimana dalam memutuskan pemilihan media?
    - Kita selalu membiasakan apa yang diputuskan itu, walaupun tetap ada Diktator karena pasti ada pemegang keputusan tertinggi. Kita selalu mendiskusikan bersama karena setiap kepala berbeda, pada saat didiskusikan bersama *Insyaallah* ada mayoritas dan itu bisa kita katakan sebagai yang terbaik dalam pemilihan media itu. Dengan catatan kalau sudah *deadlock* pastikan ada Diktator, Diktator dalam artian positif ya, ada pemegang keputusan tapi *mostly* kita bisa memutuskan itu bersama.
19. Siapa yang dilibatkan dalam memutuskan pemilihan media?
    - Seluruh tim humas balik lagi seperti di atas.
20. Apa kendala dalam pemilihan media?
    - Kendalanya adalah SDM yang pasti.

21. Kenapa hal tersebut bisa terjadi?

- Dari segi kuantiti karena kami kan ingin hal sesuatu yang sangat besar, tapi kami memang tidak terlalu didukung oleh SDM, anggaran dan sarana. Bukan tidak didukung, tetapi masih kurang.

22. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

- Mengatasinya yaitu dengan mengoptimalisasi yang kita punya, memaksimalkan dan kita juga berusaha bekerja sama dengan media-media lain. Media lain itu seperti simbiosis mutualisme, mereka butuh berita, kita butuh publikasi dari mereka. Contoh, karena kan mereka butuh akses untuk masuk Lapas, karena tidak semua orang bisa masuk Lapas, nah di situlah *bergainning* salah satunya.

23. Apakah perencanaan pemilihan media pernah dievaluasi?

- Iya tentu saja.

24. Kenapa hal tersebut dilakukan?

- Karena untuk mengetahui seberapa efektif media-media tersebut dalam mempublikasikan berita-berita yang berkaitan dengan Direktorat Jenderal Pemasyarakatan.

25. Bagaimana mengevaluasi perencanaan pemilihan media?

- Evaluasi yang kita lakukan adalah diskusi. Evaluasi mendalam bisa dikatakan tidak, evaluasi kita lebih sama-sama menganalisa seberapa jauh dampaknya terhadap kita, buat publikasi positif kita.

26. Apa acuan dalam melakukan evaluasi?

- Acuan atau pedomannya belum ada.

27. Apa saja kriteria pemilihan media untuk publikasi di Humas DITJENPAS?

- Jangkauan, kualitas pemberitaan, masyarakat dan kebenaran berita.

28. Kenapa kriteria tersebut yang digunakan?

- Balik lagi media luar itu ada sisi komersilnya. Balik lagi ke kualitas dari pemberitaan itu dan tersampainya secara benar berita itu ke masyarakat. Efeknya dengan pemberitaan itu sama seperti tadi, akan sampai ke masyarakat tidak, akan mengedukasi masyarakat tidak, sedangkan jangkauannya adalah seberapa masyarakat yang bisa tersampaikan berita itu. Kalo media besar kan otomatis pembacanya lebih banyak, lebih banyak juga yang tahu. Kalau media-media kecil, jangan-jangan orang juga tidak tahu media itu ada.

29. Apa yang Anda diketahui tentang audiens/publik?

- Audiens itu menurut saya adalah orang-orang yang terlibat dalam pemberitaan kita, baik secara langsung maupun tidak langsung. Masyarakat adalah audiens. Audiens Direktorat Jenderal Pemasyarakatan adalah masyarakat, instansi terkait dan juga internal dari Direktorat Jenderal Pemasyarakatan dan Kementerian Hukum dan HAM RI sendiri.

30. Bagaimana menentukan audiens/publik?

- Semua audiens sama. Namun jika yang terkait dengan narapidana itu ada klasifikasi khusus. Untuk yang mau tahu info terkait narapidana, keluarga narapidananya saja. Dan itu pun harus ada surat kuasa.

31. Siapa yang terlibat dalam menentukan audiens?

- Saya rasa audiens itu balik lagi ke awal, kalo audiens yang terkait narapidana ada peraturan di PPID, kalau audiens Direktorat Jenderal Pemasyarakatan secara keseluruhan saya rasa tidak ada klasifikasi, semua sama. Yang terlibat adalah seluruh karyawan pemasyarakatan (Direktorat Jenderal Pemasyarakatan).

32. Apa kendala dalam hal yang menyangkut audiens?

- Ketidaktahuan masyarakat, khususnya mereka yang terkait dengan narapidana. Keminiman informasi mereka tentang info-info Direktorat Jenderal Pemasyarakatan sendiri yang menjadikan info-info tersebut menjadi negatif. Padahal itu ada alasan, kondisi, atau syarat-syarat tertentu yang membuat info itu salah buat mereka.

33. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

- Kita mempunyai media informasi di bawah (gedung Direktorat Jenderal Pemasyarakatan) yaitu PPID atau ada kita pun ada *website* yang bisa diakses masyarakat. Di situ ada info, baik aturan dan apapun. Mungkin mengedukasinya lagi bahwa kita punya itu semua adalah PR besar buat kita, bahwa kita punya media-media ini loh, buka saja, tidak harus ngomong ini ngomong itu, tinggal buka saja semua nya ada kok.

34. Apa yang Anda diketahui tentang kesesuaian?

- Kita dalam memilih media, memilih media yang sesuai tentunya sesuai dengan masyarakat yang akan membaca info-info yang berkaitan dengan Direktorat Jenderal Pemasyarakatan.

35. Bagaimana menentukan media yang sesuai untuk publikasi?

- Kita lebih mementingkan memilih media-media yang sudah bekerja sama dengan kita, yang sering mempublikasikan berita-berita kita.

36. Siapa yang terlibat dalam menentukan media yang sesuai?
    - Seluruh tim humas dan jajaran Direktorat Jenderal Pemasyarakatan.
37. Apa kendala dalam hal yang menyangkut kesesuaian?
    - Terkadang berita yang dipublikasi tidak sesuai dengan fakta di lapangan.
38. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?
    - Kita pasti klarifikasi. Kalo ke media-media pemberitaan kita akan langsung berhubungan langsung dengan pemberitaan itu atau kedua kita buat *press release* sendiri yang resmi dari kita.
39. Apa yang Anda diketahui tentang jangkauan?
    - Humas perlu publikasi, kita sudah mem-*branding* nya sudah besar, tetapi jika jangkauan itu tidak sampai seuai dengan konsep besar kita rasanya tidak sangat sangat seimbang.
40. Bagaimana menentukan jangkauan tersebut?
    - Jangkauan tersebut ditentukan dari besar tidaknya media, kalo kita telah banyak dipublikasikan media-media besar maupun kecil.
41. Siapa yang terlibat dalam menentukan jangkauan?
    - Tim humas bersama-sama.
42. Apa kendala dalam hal yang menyangkut jangkauan?
    - Jangkauannya adalah kalau media-media yang besar luar adalah kembali lagi buat mereka adalah *bad news is good news*. Sedangkan

apa yang kita ingin publikasikan adalah berita-berita positif kita, biar masyarakat tahu kita banyak yang dilakukan.

43. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?
    - PR kita adalah gimana kita tetap bisa mengkonsep hal yang positif itu bisa diterima juga oleh publik dan media. Karena kita tahu kalau swasta ujung-ujungnya adalah komersil.
44. Apa yang Anda diketahui tentang frekuensi?
    - Frekuensi menurut saya adalah kalau kita lebih banyak masalah, bahkan kita bisa menjadi *trending topic* barang kali. Seperti kasus Rutan Purworejo itu kan pemberitaan terus menerus. Frekuensi ditentukan apabila kita banyak punya masalah.
45. Bagaimana menentukan frekuensi?
    - Kita sebisa mungkin membuat berita-berita yang positif dan menarik agar media pun tertarik untuk mempublikasi berita tersebut, apalagi kalo dimuat beberapa kali.
46. Siapa yang terlibat dalam menentukan frekuensi?
    - Seluruh tim humas.
47. Apa kendala dalam hal yang menyangkut frekuensi?
    - Kendalanya yaitu seperti tadi, frekuensi akan berkali lipat pemberitaannya jika ada masalah.
48. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?
    - Kita tetap gencar publikasi berita-berita positif dan kita juga berita baru dengan tema yang sama tetapi dari sisi kita tanpa menghaburkan fakta, tetapi kita menyampaikan bahwa kita juga berbuat. *Step-step* apa

yang kita lakukan pada pemberitaan pada saat itu negatif di mata masyarakat. Contohnya seperti kasus kemarin kita tetap men-*support* BNN, terus langkah-langkah apa yang sudah kita lakukan dengan mementingkan fakta-fakta dan kita akan tetap mengklarifikasi hal-hal yang tidak sesuai.

49. Apa yang Anda diketahui tentang fleksibel?
    - Jika berbicara fleksibel, saya bisa katakan media *online* merupakan media yang paling fleksibel dibanding media cetak dan elektronik. Mungkin karena biaya mereka terlalu besar juga barang kali ya.
50. Bagaimana menentukan fleksibel?
    - Fleksibel atau tidak tergantung balik lagi media *online* jauh fleksibel,
51. Siapa yang terlibat dalam menentukan fleksibel?
    - Tim humas.
52. Apa kendala dalam hal yang menyangkut fleksibel?
    - Kendalanya itu tadi, mereka harus *brand new* atau harus sesuatu yang baru. Karena mereka itu kan harian bahkan setiap menit.
53. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?
    - Untuk mengatasinya yaitu kita selalu meminta seluruh UPT seluruh daerah untuk melaporkan berita-berita baru setiap harinya dan tim humas mengemas berita tersebut lebih segar.

LEMBAR OBSERVASI PARTISIPAN

No	Aspek Pengamatan	Unsur yang Diamati				Komentar
		Latar Belakang	Tujuan	Manfaat	Strategi	
1	Arsip perencanaan pemilihan media	Dalam pelaksanaan perencanaan pemilihan media, kearsipan sangat dibutuhkan Humas DITJENPAS. Tanpa arsip tidak mungkin seorang Humas dapat mengingat semua catatan dan dokumen secara lengkap terlebih lagi dalam perencanaan pemilihan media.	Humas DITJENPAS dalam mengelola kearsipannya harus memperhatikan sistem kearsiapan yang sesuai dengan keadaan organisasi dalam mencapai tujuannya.	Arsip mempunyai peranan sebagai pusat ingatan, sebagai sumber informasi, dan sebagai alat pengawasan yang sangat diperlukan DITJENPAS dalam rangka kegiatan perencanaan pemilihan media.	Kerangka strategi tersusun secara sistematik yang dijadikan pedoman apa yang harusnya diselesaikan dalam perencanaan arsip.	Setiap kegiatan yang ada dalam suatu organisasi, baik dalam instansi pemerintahan maupun instansi swasta selalu ada kaitannya dengan masalah penataan arsip dan karenanya perlu diselenggarakan sebaik -baiknya bahan keterangan di waktu yang akan datang. Maka daripada itu dapat dikatakan bahwa kunci pokok dari suatu organisasi terletak pada penyelenggaraan arsip yang sederhana, efisien dan efektif.

LEMBAR OBSERVASI PARTISIPAN

No	Aspek Pengamatan	Unsur yang Diamati			Komentar
		Tujuan	Manfaat	Strategi	
2	Mengikuti rapat penyusunan rencana pemilihan media	Humas DITJENPAS melakukan rapat bertujuan untuk menyampaikan informasi, perintah, pernyataan. Sebagai alat koordinasi antar intern atau antar ekstern Humas. Agar karyawan Humas dapat ikut berpartisipasi kepada masalah-masalah yang sedang terjadi. Mempersiapkan suatu acara atau kegiatan. Menampung semua permasalahan dari arus bawah (para peserta rapat).	Untuk mendapatkan kesepakatan dari semua pihak, Humas DITJENPAS melakukan rapat penyusunan rencana pemilihan media.	Membahas strategi terdahulu dan sekarang untuk menilai penerapannya apakah sudah efektif dan efisien.	Setiap pelaksanaan rapat Humas DITJENPAS telah berjalan dengan sesuai, pemimpin rapat menjelaskan penyusunan rencana kegiatan yang akan dilakukan termasuk rencana pemilihan media yang didiskusikan bersama peserta rapat untuk mendapatkan kesepakatan.

LEMBAR OBSERVASI PARTISIPAN

No	Aspek Pengamatan	Unsur yang Diamati			Komentar
		Latar Belakang	Tujuan	Manfaat	
3	Arsip kehadiran media yang diundang	Kearsipan kehadiran media yang diundang dan hadir sangat diperlukan ketika humas mengadakan sebuah kegiatan yang memerlukan peran media untuk mempublikasikan kegiatan tersebut. Dalam kearsipan media yang diundang dan hadir diberikan tanggung jawab kepada M. Fariz Nur Ardhiansyah, A.Md.P, S.H.	Hal ini bertujuan untuk mengetahui siapa saja yang telah diundang dan hadir.	Selain itu arsip media yang hadir digunakan sebagai bentuk tanggung jawab humas DITJENPAS tentang pelaksanan dan pengelolaan kegiatan.	Dalam merencanakan pemilihan media untuk publikasi, humas DITJENPAS telah menunjuk seseorang yang diberi tanggung jawab untuk membuat kearsipan media mana saja yang diundang dan media mana saja yang hadir, yang selanjutnya hal itu dijadikan bahan untuk membuat laporan pertanggung jawaban.

LEMBAR OBSERVASI PARTISIPAN

No	Aspek Pengamatan	Unsur yang Diamati			Komentar
		Latar Belakang	Tujuan	Manfaat	
4	Arsip tentang hasil evaluasi pemilihan media	Kearsipan tentang hasil evaluasi pemilihan media sangat diperlukan ketika humas mengevaluasi pemilihan media yang sudah direncanakan sebelumnya. Dalam kearsipan hasil dari evaluasi perencanaan pemilihan media diberikan tanggung jawab kepada M. Fariz Nur Ardhiansyah, A.Md.P, S.H.	Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah media tersebut telah sesuai atau tidak dengan informasi yang ingin sampaikan.	Selain itu arsip hasil evaluasi pemilihan media digunakan sebagai bentuk tanggung jawab humas DITJENPAS tentang pelaksanan dan pengelolaan kegiatan.	Dalam merencanakan pemilihan media untuk publikasi, humas DITJENPAS telah menunjuk seseorang yang diberi tanggung jawab untuk membuat kearsipan hasil evaluasi perencanaan pemilihan media yang sesuai, yang selanjutnya hal itu dijadikan bahan untuk membuat laporan pertanggung jawaban.

LEMBAR OBSERVASI PARTISIPAN

No	Aspek Pengamatan	Unsur yang Diamati			Komentar
		Latar Belakang	Tujuan	Manfaat	
5	Memantau berita yang dipublikasikan media mengenai pameran produk kreatif Direktorat Jenderal Pemasyarakatan	Setiap berita yang dipublikasi oleh media baik itu media online, cetak dan elektronik, humas DITJENPAS selalu memantau berita tersebut. Pemantauan tersebut diberikan tanggung jawab kepada Rio Wisuma Laksono, A.Md.I.P., S.H. dan Aldri Maitaruwa, A.Md.P, S.H. untuk media online. Sedangkan untuk media cetak/surat kabar harian diberikan tanggung jawab yakni Irma Rachmani, S.Sos.	Hal ini bertujuan untuk mengetahui informasi apa saja yang telah dipublikasikan media baik online, cetak dan elektronik yang berkaitan dengan Direktorat Jenderal Pemasyarakatan.	Melakukan pemantauan berita terhadap pemberitaan dalam media sangat diperlukan untuk mendapatan informasi dasar yang diperlukan sebagai bentuk *feedback* atas informasi yang disampaikan Humas DITJENPAS ke media baik itu online, cetak dan elektronik.	Dalam menjalankan fungsi dan perannya, humas DITJENPAS telah menjalakan pemantauan berita yang dipublikasikan media mengenai pameran produk kreatif khususnya dengan membagikan tugas ke beberapa orang sehingga diharapkan akan tujuan dari humas DITJENPAS dapat tercapai.

LEMBAR OBSERVASI PARTISIPAN

No	Aspek Pengamatan	Unsur yang Diamati			Komentar
		Latar Belakang	Tujuan	Manfaat	
6	Menghadiri rapat evaluasi berita yang dimuat oleh media	Rapat dibutuhkan ketika humas ingin mendiskusikan suatu hal yang penting. Baik itu berupa dikumpulkan dalam satu meja ataupun tidak.	Rapat evaluasi berita yang dimuat media baik itu cetak, online maupun elektronik bertujuan agar mengetahui sejauh mana pemberitaan di media, jika terjadi hal-hal yang tidak benar, humas melakukan tugasnya untuk mengklarifikasi berita tersebut.	Manfaaatnya yaitu humas dapat mengontrol seluruh pemberitaan dan menjadikan itu sebagai laporan.	Dalam pengamatan yang penulis lakukan, rapat itu kadang dilakukan kadang tidak dilakukan. Untuk mengevaluasi berita yang dimuat, Kabag selaku pimpinan humas selalu menanyakan pemberitaan hari ini seperti apa, berapa banyak media yang memberitakan, arah pemberitaannya seperti apa kepada staf humas yang berwenang mengevaluasi pemberitaan itu.

LEMBAR OBSERVASI PARTISIPAN

No	Aspek Pengamatan	Unsur yang Diamati			Komentar
		Latar Belakang	Tujuan	Manfaat	
7	Arsip evaluasi berita yang dimuat oleh media	Humas DITJENPAS melakukan evaluasi *media relations* melalui media monitoring. Dimana *media relations* dapat dikatakan berhasil saat media massa memberikan *feedback* berupa sebuah pemberitaan, baik itu pemberitaan positif, netral atau negatif.	Evaluasi ini sendiri berguna untuk menganalisa efektivitas dari Humas DITJENPAS. Media monitoring merupakan tahapan evaluasi daripada *media relations.*	Dimana media monitoring lebih menuju pada *output* yang dihasilkan media massa atau *feedback* dari media massa dan untuk melakukan penelus uran publisitas pada media cetak.	Dalam melakukan evaluasi berita yang dimuat oleh media massa, Humas DITJENPAS melakukan media kliping. Kegiatan tersebut lebih fokus pada media cetak/surat kabar.

Universitas
Esa Unggul
Fakultas Ilmu Komunikasi

Jakarta, 20 Desember 2017

No. : 048/D-FIKOM/Ak.TA/PR/XII/2017
Hal : **Permohonan Riset Data Skripsi**
Lamp. : -

Kepada Yth :
Sekretaris Direktorat Jenderal Permasyarakatan
Di
Tempat

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini, atas nama Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul menerangkan bahwa :

N I M	NAMA	KONSENTRASI
2014-52-050	**Mahrus Tamam**	**Public Relations**

Bersangkutan adalah mahasiswa yang sedang menyelesaikan Kuliah Tugas Akhir/Skripsi TA.Semester Ganjil 2017-2018 dengan Judul : **Pemilihan Media dalam mempublikasikan Pameran Produk Kreatif Direktorat Jenderal Pemasyarakatan**, karena itu kami mohon bantuan Bpk/Ibu memberikan data dan wawancara yang diperlukan guna menyelesaikan skripsi dan tidak untuk dipublikasikan

Demikianlah surat permohonan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

Universitas
Esa Unggul
Fakultas Ilmu Komunikasi

Euis Heryati, MM, M.IKom
Ka.Prodi S1 Fikom

KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTORAT JENDERAL PEMASYARAKATAN
Jalan Veteran No.11 Jakarta Pusat
Telepon 021-3857611/3857613 Faksimili 021-3857612
Laman: www.ditjenpas.go.id email: humasditjenpas@yahoo.co.id

Nomor : PAS1. HM.02.03-25 29 Januari 2018
Sifat : Biasa
Hal : Permohonan Riset Data Skripsi

Yth. Euis Heryati, MM, M.IKom
Kepala Prodi SI Fikom
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Esa Unggul
di-
Surabaya

Berkenaan surat Saudara nomor: 048/D-FIKOM/Ak.TA/PR/XII/2017 tanggal 20 Desember 2017 hal tersebut pada pokok surat, disampaikan bahwa pada prinsipnya kami dapat memberikan izin riset kepada:

nama : Mahrus Tamam
NIM : 2014-52-050
judul skripsi : Pemilihan Media dalam Mempublikasikan Pameran Produk Kreatif Direktorat Jenderal Pemasyarakatan
lokasi : Direktorat Jenderal Pemasyarakatan

Selanjutnya dalam pelaksanaan kegiatan tersebut agar memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Terlebih dahulu berkoordinasi dengan Bagian Humas dan Protokol pada Direktorat Jenderal Pemasyarakatan;
2. Hasil penelitian semata-mata untuk kepentingan akademis, tidak untuk dipublikasikan;
3. Laporan hasil penelitian agar diserahkan kepada Direktorat Jenderal Pemasyarakatan sebanyak 1 (satu) eksemplar;
4. Kegiatan penelitian agar dilaksanakan dengan tertib, mengikuti semua aturan yang berlaku.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Plh. Sekretaris Direktorat Jenderal Pemasyarakatan,

DIREKTORAT JENDERAL PEMASYARAKATAN KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA PENGAYOMAN

Wahiddin
NIP. 19580628 198203 1 001

Tembusan:
Plt. Direktur Jenderal Pemasyarakatan.

KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
• REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PEMASYARAKATAN
Jl. Veteran No.11 Jakarta Pusat
Telepon (021) 3857611, Fax.(021) 3857615
Website: www.ditjenpas.go.id

27 Februari 2018

SURAT KETERANGAN

Nomor: PAS1. HM.05.09-11

Kami yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Bagian Humas dan Protokol Direktorat Jenderal Pemasyarakatan menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama	: Mahrus Tamam
NIM	: 2014-52-050
Jurusan	: Public Relations
Fakultas	: Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul

Mahasiswa yang bersangkutan telah melaksanakan Riset Data Skripsi di Bagian Humas dan Protokol Direktorat Jenderal Pemasyarakatan, mulai tanggal 25 Januari – 10 Februari 2018 dengan prestasi **BAIK**.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kabag Humas dan Protokol,

Ade Kusmanto
NIP. 19730505 199603 1 001

NOTULENSI

Acara : Rapat Persiapan Pameran Produk Unggulan Narapidana (PUN) 2018

Hari / Tanggal : Selasa / 13 Februari 2018

Waktu : 09.30 – selesai

Tempat : Ruang Humas Direktorat Jenderal Pemasyarakatan

POKOK BAHASAN :

1. Rapat dimulai pada pukul 09.30 WIB diawali arahan oleh Kepala Sub Bagian (Kasubag) Publikasi Humas dan Protokol, Rika Aprianti;
2. Kasubag Publikasi mengucapkan terima kasih atas kehadiran para undangan. Ada beberapa hal yang harus disampaikan mengenai Pameran Unggulan Narapidana (PUN) yang akan di slenggarakan di Kementerian Perindustrian tanggal 3-6 April 2018, oleh karena itu dibutuhkan koordinasi dengan seluruh komponen yang terkait;
3. Selanjutnya kasubag Publikasi menyampaikan paparan tentang Video Profil yang akan dibuat dalam PUN 2018;
4. Berikut masukan dari para peserta rapat:

Faris : Video industri, Lapas Cikarang (LACIKA) melakukan kerjasama dengan pihak ke tiga mencetak plastik, untuk sepeda motor dan peralatan rumah tangga dikerjakan kurang dari 10 orang, LACIKA

juga mempunyai gudang yang luas, ada dua gedung gudang, satu bimker potong rambut dan reparasi mobil serta meubel.

Rika : Ambil *footage* Tangerang karena lebih banyak, seperti contohnya konveksi.

Budi : LACIKA fleksibel jika memungkin kan diambil bisa dan di Tangerang juga bisa kita ambil.

Rika : Tampilan video *footage* baru, karena pasti akan berbeda, walaupun di tempat yang sama namun ceritanya berbeda, jika minggu ini atau minggu depan kita ambil *footage* di Lapas Tangerang/LACIKA, kita ambil citra positif padat namun rapi. Pak Direktur masih mendengungkan eksport, ada 12 Lapas yang masih produksi ekspor.

Irma : Jika mengambil Lapas ekspor kita tidak mungkin satu atau dua Lapas yang diambil harus secara keseluruhan.

Budi : Untuk peralatan kita perlu menyewa *switcher*, untuk mengantisipasi hal yang tidak diinginkan seperti tahun 2017 kita harus menyiapkan peralatan kita sendiri.

Rika : PUN ada *fashion show* baju yang dipakai adalah desain dari mantan WBP, kain yang dipakai adalah hasil karya narapidana, jika pakai *lighting* seperti guru apakah memungkinkan

Nanda : Pada saat gladi kita bisa namun saat acara mulai tidak bisa. PC nya yang bermasalah, solusinya adalah PC kita bawa sendiri.

Budi : Persoalannya jika kita membawa PC sendiri terlalu banyak komputer, nanti jadi bingung saat penampilan selanjutnya setelah video. Jadi kita tidak perlu ganti-ganti video ***tidak perlu revisi.***

Rika : Narasinya masih umum hanya rangkaian katanya yang dibedakan. *Feature* nya adalah Ciangir akan menjadi sentral industri. Kita masukan foto dan video Ciangir.

NARASI : FARIS

VIDEO : BUDI, DENI, RIO

Rika : Kita akan *fashion show* dan lelang produk, operator di *backstage* adalah dari humas.

1. Profil Lapas Industri.
2. Profil tanpa Narasi Produk yang di *fashion show* kan, gambar dengan *SubTitle*.
3. Kita akan lebih banyak main di gambar.

NEWSPAS :

Rika : Kita akan masukan foto produk kain narapidana, di halaman terakhir akan mengurangi penulisan

Budi : Nanti akan ada stok foto habis, karena mencari foto yang bagus itu susah.

Rika : Khusus untuk *booklet*/*newspas* terbaru kita akan bicarakan dan tampilkan gambar, para model akan memakai pakaian buatan narapidana.

Budi : Jika model dan bajunya sudah ada kita siap mengambil gambar. Lokasi pengambilan gambar di penjara Kota Tua.

Nanda : Pengambilan foto ada di cibinong

Rika : Apakah fotonya bernuansa penjara ?? Atau lainnya??

Deni : Yang terpenting ada model dan bahan untuk pengambilan gambar

CHECKLIST :

1. Sewa Switcher
2. Video Kremer
3. Cek Sound
4. Lighting
5. Background (Gelap yang terlihat hanya *fashion show*, ada *stage*/panggung sedikit)
6. Narasi

VIDEO PUN 2018

1. Video Profil ***(4 Menit)***
2. Video *Fashion Show* **(Tanpa Narasi / Hanya Tulisan) > ..... Menit**
3. Testimoni, Keseharaian WBP

HAL YANG PERLU DIPERHATIKAN :

- *Sound control* kita tidak tahu tempatnya dimana.
- Operator di atas di maksimalkan.
- Hasilnya akan maksimal.
- Video testimoni seperti program Kick Andy MetroTV.
- WBP dari Lapas Sukabumi (Joko) dan Gorontalo.
- Dia mendapat pelatihan bekam, saat ini dia sudah menjadi langganan bekam dari Gubernur Gorontalo.
- Dia mendapat kan biaya hidup dari pelatihan di dalam Lapas.
- Dia akan bercerita pengalaman di dalam Lapas mendapatkan pelatihan.
- Tampilan video terlebih dahulu, baru dipanggil orangnya.
- 3 WBP akan digabung.
- 3 WBP narasi 100 kata.
- Mantan WBP Rutan Surakarta Hardadi yang tampil di Kick Andy dengan berkreasi membuat singkong keju.

VIDEO PUN 2018

No	PUN	PIC	Tanggal	Keterangan
1. Film Profil Pun	Liputan Tangerang Klas I	Tim 4 Orang	14 Feb 2018	Fix

	Narasi Film Profil Industri	Faris	20 Feb 2018	Fix
	VO Narasi	Rika / Nanda	21 Feb 2018	Fix
	Preview 1 (Editing)	Budi / Rio	28 Feb 2018	Fix
	Prewiew 2	Budi / Rio	6 Mar 2018	Fix
	Film Jadi	Budi / Rio	12 Mar2018	Fix
2. Video *Fashion Show*	Pengumpulan Bahan Foto	Deni / Nanda	28 Feb 2018	Fix
	Preview 1 (Editing)	Rio / Deni	6 Mar 2018	Fix
	Film Jadi	Rio / Deni	12 Mar 2018	Fix
3. VT Testimoni	Narasi	Nanda	20 Feb 2018	Fix
	Liputan Sukabumi (Joko)	Tim 2 Orang	20-21 Feb 2018	Fix
	Liputan Gorontalo	Tim 2 Orang	20-22 Feb 2018	Fix
	Liputan Solo	Tim 2 Orang	26-28 Feb	Fix

	(Singkong Keju)		2018	
	Vo	Rika	28 Feb 2018	Fix
	Preview 1	Budi / Rio	6 Mar 2018	Fix
	Preview 2	Budi / Rio	12 Mar 2018	Fix
	Film Jadi	Budi / Rio	19 Mar 2018	Fix

5. Rapat diakhiri pukul 12.00 WIB, notulis membacakan poin-poin penting dalam rapat.

FOTO KEGIATAN

KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA RI
DIREKTORAT JENDERAL PEMASYARAKATAN
Jl. Veteran No. 11 Jakarta Pusat
Telepon (021) 3857611, Fax. (021) 3857615
Website: www.ditjenpas.co.id

Hari / Tanggal : Senin / 13 Feb. 2018
Waktu : 09.30 – selesai
Acara : Rapat Persiapan Pameran T
Tempat :

NO	NAMA	TANDA TANGAN
1.		1. .....
2.	Reka Agustali	2. .....
3.	M. Farin Nur A	3. .....
4.	Rio Usuma	4. .....
5.	Alda	5. .....
6.	M. Singgih	6. .....
7.	JP. Budi W	7. .....
8.	NANDA H	8. .....
9.	Irma	9. .....
10.	Dewi V	10 .....
11.	DODY B.J	11. .....
12.		12. .....
13.		13. .....
14.		14. .....
15.		15. .....
16.		16. .....
17.		17. .....
18.		18. .....
19.		19. .....
20.		20. .....
21.		21. .....

Universitas Esa Unggul

KARTU PRESENSI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : MAHRUS TAMAM
Nim : 2014 - 52 - 050
Notelp : 0877 - 8440 - 0023
e-mail : mahrustamam@gmail-com
Judul/Thema : Pemilihan Media dalam mempublikasikan Pameran Produk Kreatif Direktorat Jenderal Pemasyarakat
Pembimbing : Drs. M. Jamiluddin Ritonga, M.S.

No	Tanggal	Bab	Catatan Pembimbing	TTD Pembimbing
1	Sabtu, 18 Nov 2017	IV	Diskusi mengenai instrumen wawancara mendalam	
2	Sabtu, 02 Des 2017	IV	Diskusi mengenai instrumen wawancara mendalam & observasi partisipan	
3	Sabtu, 09 Des 2017	IV	Diskusi mengenai instrumen observasi partisipan	
4	Sabtu, 16 Des 2017	IV	ACC Instrumen Penelitian	
5	Sabtu, 30 Des 2017	IV	Diskusi mengenai subjek Penelitian (Bab IV)	
6	Sabtu, 27 Feb 2018	IV	ACC subjek penelitian (Bab IV)	
7	Sabtu, 03 Feb 2018	IV	Diskusi mengenai hasil penelitian	
8	Sabtu, 10 Feb 2018	IV	Diskusi mengenai hasil penelitian	
9	Sabtu, 17 Feb 2018	V	Diskusi mengenai bab V (kesimpulan & saran)	
10	Rabu, 28 Feb 2018	IV & V	ACC	

Syarat maju sidang, minimal 10x pertemuan/pembimbingan

Mahasiswa

(Mahasiswa)

Mengetahui,

(Kaprodi)

Universitas Esa Unggul