



BERITA NEGARA REPUBLIK INDONESIA

No.1971, 2015

KEMKES. Kehumasan. Bidang Kesehatan.
Pedoman

PERATURAN MENTERI KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 81 TAHUN 2015

TENTANG

PEDOMAN UMUM KEHUMASAN BIDANG KESEHATAN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang : a. bahwa dalam rangka mewujudkan tata kelola kehumasan di bidang kesehatan yang profesional serta memiliki integritas dalam memenuhi pelayanan informasi kepada publik;

b. bahwa dibutuhkan panduan bagi penyelenggara kehumasan di bidang kesehatan dalam melaksanakan tata kelola kehumasan secara optimal, efektif, efisien, dan akuntabel;

c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Menteri Kesehatan tentang Pedoman Umum Kehumasan Bidang Kesehatan;

Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843);

2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 61, Tambahan

- Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4846);
3. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 112, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5038);
 4. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 144, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5063);
 5. Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor Per/12/M.Pan/08/Tahun 2007 tentang Pedoman Umum Hubungan Masyarakat di Lingkungan Instansi Pemerintah;
 6. Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika No.371/Kep/M.Kominfo/8/2007 tentang Kode Etik Humas Pemerintahan;
 7. Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1787 Tahun 2010 tentang Iklan dan Publikasi Pelayanan Kesehatan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 673);
 8. Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 30 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Tata Kelola Kehumasan di Lingkungan Instansi Pemerintah;
 9. Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 31 Tahun 2011 tentang Pedoman Umum Infrastruktur Hubungan Masyarakat di Lingkungan Instansi Pemerintah;
 10. Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1144/Menkes/Per/VIII/2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Kesehatan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 585) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 35 Tahun 2013 (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 741);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN MENTERI KESEHATAN TENTANG PEDOMAN UMUM KEHUMASAN BIDANG KESEHATAN.

Pasal 1

- (1) Pedoman Umum Kehumasan Bidang Kesehatan merupakan panduan bagi penyelenggara kehumasan di lingkungan Kementerian Kesehatan dalam melaksanakan tata kelola kehumasan secara optimal, efektif, efisien, dan akuntabel.
- (2) Pedoman Umum Kehumasan Bidang Kesehatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memberikan arah dan strategi dalam penyelenggaraan kehumasan bidang kesehatan.

Pasal 2

- (1) Penyelenggara kehumasan di lingkungan Kementerian Kesehatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 terdiri atas:
 - a. Unit kerja pada Sekretariat Jenderal/Inspektorat Jenderal/Direktorat Jenderal/Badan yang memiliki tugas dan fungsi di bidang kehumasan;
 - b. Unit Pelaksana Teknis pada unit utama yang memiliki tugas dan fungsi di bidang kehumasan;
- (2) Dalam penyelenggaraan kehumasan bidang kesehatan, Penyelenggara kehumasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus berkoordinasi dalam rangka membangun tata kelola kehumasan yang optimal, efektif, efisien, dan akuntabel

Pasal 3

Penyelenggaraan kehumasan bidang kesehatan diarahkan pada:

- a. penanganan opini publik untuk membangun dan menjaga kepercayaan publik; dan
- b. membangun hubungan dengan publik dalam konteks komunikasi dua arah.

Pasal 4

- (1) Strategi dalam penyelenggaraan kehumasan bidang kesehatan, terdiri atas:
 - a. membangun hubungan internal dan eksternal;
 - b. menyelenggarakan pertemuan dan koordinasi antar instansi dan/atau antar unit kerja;
 - c. menyediakan informasi dan isu terkait dengan kesehatan;
 - d. mengatur pertemuan dengan media massa dan stakeholder lainnya;
 - e. mendorong peran serta masyarakat;
 - f. mengelola sarana dan prasarana kehumasan;
 - g. membentuk citra dan reputasi positif instansi Kementerian Kesehatan; dan
 - h. mengelola informasi Kementerian Kesehatan.
- (2) Dalam melaksanakan strategi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan tahapan kegiatan sebagai berikut:
 - a. analisis situasi;
 - b. penetapan sasaran;
 - c. perancangan strategi;
 - d. pemilihan taktik;
 - e. rencana aksi; dan
 - f. pemantauan dan evaluasi.
- (3) tahapan kegiatan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilaksanakan secara simultan dan berkelanjutan.

Pasal 5

- (1) Kegiatan kehumasan bidang kesehatan terdiri atas:
 - a. kegiatan internal.
 - b. kegiatan eksternal; dan
 - c. penanganan pengaduan masyarakat atau keluhan pelanggan.
- (2) kegiatan internal sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a meliputi:
 - a. pertemuan resmi;
 - b. publikasi internal; dan
 - c. *family gathering*.

- (3) kegiatan eksternal sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b meliputi:
 - a. hubungan media (*media relations*);
 - b. pengelolaan dan pemanfaatan media sosial; dan
 - c. kegiatan tatap muka.
- (4) kegiatan penanganan pengaduan masyarakat atau keluhan pelanggan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c dilaksanakan atas dasar asas keterbukaan informasi publik dan pelayanan publik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (5) kegiatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dalam bentuk:
 - a. sosialisasi;
 - b. diseminasi/pelayanan informasi;
 - c. advokasi;
 - d. koordinasi; dan
 - e. promosi.

Pasal 6

Dalam hal terdapat kejadian yang menyebabkan krisis komunikasi dilakukan manajemen krisis untuk memastikan informasi yang diberikan oleh penyelenggara kehumasan diterima masyarakat secara cepat, akurat, dan berkesinambungan.

Pasal 7

- (1) Dalam penyelenggaraan kehumasan bidang kesehatan, dilakukan monitoring dan evaluasi untuk mengukur keberhasilan penyelenggaraan kehumasan.
- (2) Monitoring dan evaluasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa:
 - a. penilaian efektivitas media;
 - b. penilaian efektivitas kegiatan (*event*); dan
 - c. survei kepuasan masyarakat.

Pasal 8

Pedoman Umum Kehumasan Bidang Kesehatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini.

Pasal 9

Peraturan Menteri ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Menteri ini dengan penempatannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 30 November 2015

MENTERI KESEHATAN
REPUBLIK INDONESIA,

ttd

NILA FARID MOELOEK

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 29 Desember 2015

DIREKTUR JENDERAL
PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

WIDODO EKATJAHJANA

LAMPIRAN
PERATURAN MENTERI KESEHATAN
REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 81 TAHUN 2015
TENTANG
PEDOMAN UMUM KEHUMASAN
BIDANG KESEHATAN

PEDOMAN UMUM KEHUMASAN BIDANG KESEHATAN

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam masyarakat demokrasi, keterbukaan informasi adalah keharusan. Setiap organisasi, baik badan publik maupun swasta, dituntut memiliki kemampuan dalam melaksanakan komunikasi terkait berbagai kebijakan yang berhubungan dengan publiknya. Organisasi yang tidak mampu melaksanakan komunikasi publik dengan baik berpotensi kehilangan kepercayaan publik yang pada akhirnya akan berdampak pada kelangsungan organisasi itu sendiri.

Kemampuan komunikasi publik juga semakin penting seiring kemajuan teknologi di bidang informasi dan komunikasi. Akses terhadap internet telah memungkinkan publik secara langsung merespon dan menyampaikan opininya tentang organisasi. Konsekuensinya, organisasi dituntut mampu melaksanakan bentuk komunikasi dua arah.

Pakar manajemen Philip Kotler mengatakan: "Komunikasi menjadi salah satu elemen penting dalam mengelola reputasi sebuah organisasi". Kinerja yang baik sebuah lembaga memang merupakan hal utama, namun yang tak kalah penting adalah mengomunikasikannya. *"If they haven't heard it, then you haven't said it. It may mean your communications is ineffective"*. Oleh karena itu, Hubungan Masyarakat (Humas) sebagai fungsi komunikasi organisasi memiliki peran strategis.

Bagi organisasi di bidang kesehatan, layanan informasi dan komunikasi publik yang dilakukan oleh unit kehumasan merupakan salah satu upaya agar masyarakat menjadi mandiri dalam memahami informasi kesehatan secara positif, obyektif, dan dinamis. Masyarakat diharapkan mampu mengambil keputusan sesuai dengan preferensi dan kebutuhannya, sehingga mereka dapat mengaktualisasikan diri untuk mencapai tingkat kesejahteraan yang lebih baik.

Pelaksana humas di bidang kesehatan memiliki tugas pokok, fungsi, dan peran yang penting dalam pengelolaan informasi dan komunikasi publik.

Dengan semakin berkembangnya isu kesehatan, peningkatan jumlah dan jenis media, serta semakin canggihnya teknologi informasi, maka diperlukan suatu panduan umum bagi pelaksana humas di organisasi kesehatan. Panduan umum ini menjadi pegangan bagi

pelaksana humas di bidang kesehatan dalam memberikan layanan informasi dan komunikasi publik secara efektif dalam membangun pemahaman yang baik antara organisasi dengan publiknya.

B. Pengertian Umum

Pengertian Umum dalam Pedoman Umum ini meliputi:

- 1) Hubungan Masyarakat yang selanjutnya disebut humas adalah usaha yang direncanakan secara berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara saling pengertian yang baik antara lembaga dan institusi dengan publik.
- 2) Hubungan masyarakat pada organisasi di bidang kesehatan yang selanjutnya disebut humas organisasi di bidang kesehatan, adalah lembaga humas dan/atau praktisi humas yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang layanan informasi dan melaksanakan komunikasi publik yang persuasif, efektif, efisien untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan dengan publik.
- 3) Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, pesan, baik data, fakta maupun penjelasan yang dapat dilihat, didengar, dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan, format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun nonelektronik.
- 4) Layanan Informasi dan Komunikasi Publik adalah menyediakan, menyebarluaskan Informasi dan menyelenggarakan Komunikasi Publik secara akurat, cepat, tepat (waktu dan sasaran), terjangkau serta mudah diperoleh.
- 5) Komunikasi Publik adalah pertukaran pesan antara organisasi kesehatan dengan publiknya, baik internal maupun eksternal.
- 6) Penyelenggara Kehumasan di lingkungan Kementerian Kesehatan adalah:
 - a) Unit kerja pada Sekretariat Jenderal/Inspektorat Jenderal/Direktorat Jenderal/Badan yang memiliki tugas dan fungsi di bidang kehumasan;
 - b) Unit Pelaksana Teknis pada unit utama yang memiliki tugas dan fungsi di bidang kehumasan.

C. Maksud dan Tujuan

Pedoman umum ini dimaksudkan sebagai acuan atau panduan bagi penyelenggara kehumasan di bidang kesehatan dalam melaksanakan tata kelola kehumasan secara optimal, efektif, efisien, dan akuntabel.

Pedoman umum ini bertujuan untuk memberikan arah strategi kehumasan serta menciptakan pengelolaan kehumasan pada organisasi di bidang kesehatan.

D. Ruang Lingkup

Ruang lingkup Pedoman Umum Kehumasan di Bidang Kesehatan ini adalah proses tata kelola kehumasan yang meliputi kegiatan analisis situasi (pengumpulan data dan fakta), strategi (perencanaan dan program), implementasi (tindakan dan komunikasi), monitoring dan evaluasi (pengukuran hasil kerja).

E. Sasaran

Sasaran dari Pedoman Umum Kehumasan di Bidang Kesehatan ini adalah:

- 1) Pelaksana humas pada organisasi di bidang kesehatan mampu mengelola dan memberikan layanan informasi dan melaksanakan komunikasi publik yang berkualitas dan memberikan pelayanan yang profesional.
- 2) Pelaksana humas pada organisasi di bidang kesehatan mampu memberikan pelayanan informasi dan melaksanakan komunikasi publik secara akurat, cepat, dan mudah diakses serta terjangkau oleh publik.
- 3) Pelaksana humas pada organisasi di bidang kesehatan mampu melaksanakan tugas yang mencerminkan kinerja yang transparan, efektif, efisien, dan akuntabel.

F. Manfaat

Pedoman Umum Kehumasan di Bidang Kesehatan ini dirancang agar dapat memberikan penjelasan tentang aspek terkait dengan cara menyelenggarakan komunikasi publik agar setiap program dan kegiatan komunikasi yang berlangsung di berbagai organisasi kesehatan dapat berlangsung secara padu dengan berpijak pada kerangka kerja komunikasi yang sama.

Selain itu, manfaat lain panduan ini antara lain:

- 1) Sebagai acuan untuk melakukan program kehumasan untuk setiap kebutuhan tujuan dan menjangkau khalayak sasaran tertentu.
- 2) Membantu perancang kehumasan dalam memilih dan menetapkan unsur-unsur komunikasi (analisis situasi, pengemasan pesan, pemilihan media, penentuan waktu, alokasi anggaran, monitoring dan evaluasi).
- 3) Mengembangkan sinergi dalam kegiatan komunikasi di antara unit-unit kehumasan di berbagai organisasi di bidang kesehatan.

BAB II
TATA KELOLA KEHUMASAN

A. Kedudukan, Peran dan Kewenangan

Kedudukan

Kedudukan humas dalam organisasi tergantung pada kebijakan setiap organisasi. Jika merujuk pada peran penting humas dalam membangun dan menjaga pemahaman publik yang baik mengenai organisasi, kedudukan humas berada pada posisi yang strategis.

Strategis adalah terkait dengan akses pelaksana humas tehadap para pembuat keputusan yang memungkinkannya dapat menjalankan peran dan fungsi secara efektif. Oleh karena itu, idealnya humas di setiap organisasi berada langsung dibawah pembuat kebijakan di masing-masing unit atau satuan kerja.

Peran dan Kewenangan

Humas memiliki peran sebagai pihak yang membantu organisasi membangun dan memelihara berbagai hubungan dengan pemangku kepentingan untuk memastikan kesuksesan organisasi secara berkelanjutan. Oleh karena itu, seluruh program komunikasi organisasi, baik internal maupun eksternal, berada dalam koordinasi humas. Selain itu, humas memiliki peran sebagai penyelaras kepentingan organisasi dengan publik.

Dalam hal ini, humas juga memiliki fungsi untuk menginventarisasi kepentingan-kepentingan publik yang dapat menjadi masukan dalam pembuatan kebijakan organisasi. Karena organisasi yang dapat sukses secara berkelanjutan adalah organisasi yang sesuai dengan kepentingan-kepentingan publiknya.

B. Asas-Asas dan Etika

Asas-asas

Asas-asas humas dalam menjalankan peran dan fungsinya, di antaranya:

1. Tidak memberikan informasi yang tidak benar atau informasi yang menyesatkan.
2. Menyertakan kontak informasi organisasi pada setiap materi publikasi.
3. Menggunakan anggaran secara efektif, efisien sesuai tujuan komunikasi dan target khalayak.
4. Menggunakan bahasa yang jelas dan sesuai dengan target khalayak.
5. Membangun hubungan baik dengan para pekerja media.
6. Melakukan verifikasi dan periksa ulang terhadap data yang akan dipublikasikan.
7. Tidak menghindari jurnalis.

8. Bersikap proaktif terhadap berbagai isu yang berhubungan dengan organisasi

Etika

Etika merupakan perihal yang menjelaskan mengenai perilaku atau tindakan yang baik buruk tentang hak dan kewajiban moral. Dalam profesi, etika berarti standar umum suatu profesi berupa norma, nilai, dan aturan yang disepakati bersama oleh para pemangku kepentingan profesi tersebut.

Dalam kode etik juga secara tegas menyatakan perbuatan yang benar atau salah, perbuatan apa yang harus dilakukan dan apa yang harus dihindari. Oleh karena itu, etika kehumasan terkait dengan praktik kehumasan yang merujuk standar-standar yang diakui dalam profesi kehumasan.

C. Arah dan Strategi

Arah

Dalam era keterbukaan informasi, terjadi perubahan perilaku masyarakat yang signifikan sehingga berdampak terhadap peran dan fungsi kehumasan. Masyarakat Indonesia kini berada dalam situasi “banjir informasi” - termasuk informasi terkait isu kesehatan atau juga tentang organisasi di bidang kesehatan. Inilah situasi yang disebut dengan masyarakat mengalami “ledakan informasi”.

Jumlah media yang terus bertambah, konten yang semakin dinamis serta perkembangan media baru yang berbasis internet termasuk kehadiran media sosial membuat cara berkomunikasi dan pola konsumsi informasi masyarakat mengalami perubahan yang dramatis. Oleh karena itu, humas dituntut untuk menyesuaikan dirinya dengan berbagai tantangan yang muncul karena konsep keterbukaan informasi dan berkembangnya teknologi informasi tersebut.

- Penyelengaraan kehumasan bidang kesehatan diarahkan pada:
1. Penanganan opini publik untuk membangun dan menjaga kepercayaan publik

Kepercayaan publik merupakan perihal penting bagi organisasi yang hidup dalam masyarakat demokrasi. Tanpa kepercayaan publik, sebuah organisasi tidak dapat berjalan, dan bukan tidak mungkin akan berakhir.

Munculnya fenomena “banjir informasi” berpotensi melahirkan kesimpangsiuran informasi. Publik akan mengalami kesulitan dalam menentukan informasi yang benar dan akurat. Sementara aktivitas publik yang semakin tinggi mengakibatkan berkurangnya kesempatan bagi mereka untuk melakukan penelusuran atau verifikasi mengenai kebenaran informasi yang berkembang.

Selain itu, kehadiran media sosial yang memungkinkan publik untuk saling berbagi informasi berpotensi isu-isu mengenai

organisasi berkembang dan sulit dikendalikan. Fenomena tersebut menuntut para pelaksana humas di bidang kesehatan untuk proaktif dan mampu mengelola opini publik.

Kemampuan memantau isu penting terkait institusi, menentukan prioritas isu yang harus ditindaklanjuti, menetapkan prioritas target *audiens*, memilih media yang tepat, mengemas pesan sesuai karakteristik media dan *audiens* merupakan kompetensi yang harus dimiliki pelaksana humas dalam mengelola opini publik sebagai tantangan yang harus dihadapi humas saat ini. Pengelolaan opini publik ini diarahkan pada tujuan utama, yakni membangun dan menjaga kepercayaan publik (*public trust*).

2. Komunikasi dua arah.

Kehadiran media sosial yang memungkinkan publik untuk merespon dan menyampaikan opini mengenai organisasi juga memunculkan konsekuensi lain yang harus dipenuhi humas saat ini, yakni komunikasi dua arah. Bentuk komunikasi satu arah, di mana publik secara pasif menerima informasi dari organisasi, sudah tidak relevan lagi pada era ini.

Selain itu, publik era ini yang semakin kritis tidak lagi dapat dengan mudah dipersuasi. Pelaksana humas dituntut memiliki kemampuan membangun hubungan dengan publik dalam konteks komunikasi dua arah. Dengan demikian pelaksana humas di bidang kesehatan harus mampu memainkan peran sentral sebagai mediator atau bahkan menjadi fasilitator yang mampu menjembatani kepentingan organisasi dengan publik.

Strategi

Strategi dalam penyelenggaraan kehumasan bidang kesehatan, terdiri atas:

1. membangun hubungan internal dan eksternal;
2. menyelenggarakan pertemuan dan koordinasi antar instansi dan/atau antar unit kerja;
3. menyediakan informasi dan isu terkait dengan kesehatan;
4. mengatur pertemuan dengan media massa dan stakeholder lainnya;
5. mendorong peran serta masyarakat;
6. mengelola sarana dan prasarana kehumasan;
7. membentuk citra dan reputasi positif instansi Kementerian Kesehatan; dan
8. mengelola informasi Kementerian Kesehatan.

Dalam menjalankan layanan informasi dan komunikasi publik, humas di bidang kesehatan dapat menggunakan metode atau pendekatan perencanaan strategi yang umum dijalankan dalam kehumasan.



Bagan 1: Siklus Metode Perencanaan Strategi Humas

Strategi umum kehumasan ini merupakan proses simultan yang terus berjalan secara berkelanjutan. Adapun tahapan strateginya adalah sebagai berikut:

1. **Analisis Situasi**

Pemahaman mengenai situasi yang terjadi merupakan landasan penting dalam menentukan proses selanjutnya. Hal ini menuntut humas untuk menjalankan riset, baik dari data primer maupun sekunder.

Analisis situasi yang tepat akan menghasilkan sasaran dan strategi yang tepat. Sebaliknya, analisis situasi yang keliru akan menghasilkan sasaran dan strategi yang keliru pula. Karenanya, para akademisi dan praktisi kehumasan percaya bahwa analisis situasi perlu dilakukan secara baik untuk mendapatkan informasi yang komprehensif dan akurat mengenai situasi yang sedang terjadi.

Terdapat faktor internal dan eksternal yang perlu dianalisis. Adapun, faktor eksternal organisasi yang perlu dianalisis, di antaranya:

a. **Sosial dan budaya**

Pada bagian ini terkait dengan analisis mengenai kondisi sosial budaya yang terjadi pada publik, seperti wacana, agenda, dan tren yang berkembang.

b. **Teknologi**

Analisis situasi juga meliputi perkembangan teknologi terkini yang berhubungan dengan organisasi dan publik, serta kecenderungan publik terhadap teknologi tersebut.

c. **Ekonomi**

Situasi ekonomi dapat berimplikasi terhadap suksesnya suatu program komunikasi publik. Oleh karena itu, analisis ekonomi yang sedang terjadi juga menjadi bagian yang

digunakan sebagai landasan dalam merencanakan program kehumasan.

d. Politik

Situasi dan agenda politik yang sedang dan akan berkembang perlu menjadi pertimbangan humas dalam menentukan strategi yang tepat untuk melaksanakan dan mencapai tujuan program.

e. Peraturan

Peraturan memiliki konteks ruang dan waktu. Pada konteks ruang, peraturan dapat berlaku di suatu tempat tetapi tidak berlaku di tempat lain. Sebagai contoh, kebijakan pengembangan Kawasan Tanpa Rokok (KTR) yang belum semua daerah memberlakukan kebijakan ini. Sementara pada konteks waktu, peraturan dapat berlaku pada waktu tertentu dan menjadi tidak berlaku di waktu lain. Oleh karena itu, pemahaman mengenai peraturan yang berlaku saat ini perlu menjadi bagian dalam analisis situasi.

f. Etika dan kearifan lokal

Seperti halnya peraturan, etika dan kearifan lokal juga memiliki konteks ruang dan waktu. Analisis terhadap etika dan kearifan lokal yang berlaku di wilayah tempat rencana program akan dilaksanakan harus menjadi bagian dalam analisis situasi.

2. Penetapan Sasaran

Sasaran yang ingin dicapai organisasi kesehatan ditetapkan berdasar pada hasil analisis situasi yang telah dilakukan. Selain itu, penetapan sasaran juga harus dilakukan secara baik. Hal ini dapat mempertimbangkan kriteria sasaran yang baik, yakni:

a. Spesifik

Sasaran harus didefinisikan secara spesifik, tidak abstrak, sehingga memberi gambaran jelas mengenai perihal yang menjadi sasaran dan dicapai oleh program humas yang akan dilakukan.

b. Terukur

Sasaran harus didefinisikan secara terukur. Ukuran di sini seperti, jumlah *audiens* yang ditargetkan hasil, jumlah *audiens* yang ditargetkan terdampak program komunikasi.

c. Mungkin tercapai

Penetapan sasaran yang baik harus menunjukkan kemungkinannya untuk tercapai. Perencanaan yang baik harus mampu menggambarkan situasi pada saat sasaran tercapai.

d. Realistik

Pada bagian ini, penentuan sasaran harus disesuaikan kemampuan sumber daya yang dimiliki organisasi.

e. Waktu

Penetapan sasaran juga harus menunjukan kapan waktu tercapainya sasaran tersebut. Penetapan waktu sasaran ini memudahkan pelaksana humas untuk mengukur apakah sasaran telah tercapai atau belum.

3. Perancangan Strategi

Strategi merupakan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Oleh karena, itu, jika sasaran sudah ditetapkan secara tepat, maka penetapan strategi yang diperlukan untuk mencapainya akan relatif lebih mudah dilakukan.

Strategi program kehumasan meliputi:

a. Pemetaan target *audiens*

Audiens yang menjadi sasaran sesuai dengan prioritas masalah dan sasaran yang telah ditetapkan dikelompokan untuk mendapatkan gambaran spesifik mengenai mereka. Pengelompokan ini meliputi:

- 1) Demografi (status sosial ekonomi, usia, jender, pendidikan)
- 2) Psikografi (gaya hidup, nilai, kepercayaan, opini, sikap)
- 3) Geografi (luas wilayah)
- 4) Sosiografi (status sosial dan status ekonomi)

b. Penentuan pesan kunci (*key message*)

Berdasarkan analisis situasi dan sasaran, kemudian ditetapkan kunci pesan yang akan disampaikan kepada publik. Kunci pesan harus mampu menjadi landasan bagi pesan-pesan turunannya. Artinya, kunci pesan harus pendek, sederhana, tetapi mampu menunjukan apa yang ingin publik pahami mengenai kebijakan organisasi melalui program kehumasan yang akan dilakukan.

Sebagai contoh, untuk program kehumasan yang bertujuan mempersuasi publik untuk menerima sebuah kebijakan maka dilakukan:

a. Pemetaan media

Pemetaan media dapat dilakukan dengan mengelompokan media berdasarkan jenis atau tingkat digunakannya.

Pengelompokan berdasarkan jenisnya seperti:

1) Media Cetak

- a) Publisitas yakni pemberitaan di media cetak dalam bentuk artikel yang ditulis wartawan, penulisan kolom atau opini, dan advertorial.
- b) Publikasi meliputi penerbitan media internal (majalah, *newsletter*, brosur, *flyer*, poster.

- 2) Media Penyiaran
 - a) Publisitas dalam bentuk talkshow, wawancara interaktif dengan pendengar radio atau pemirsa televisi (dengan blocking time).
 - b) Iklan *Public Service Announcement* (PSA) atau Iklan Layanan Masyarakat, *adlips, running text*.
 - 3) Media Tatap Muka
 - a) Lokakarya
 - b) Seminar
 - c) Pertunjukan Rakyat atau pertunjukan tradisional
 - d) Dialog Publik
 - 4) Media Luar Ruang
 - a) Baliho
 - b) Spanduk
 - c) Umbul-umbul
 - d) Videotron
 - 5) Media Baru
 - a) Publisitas melalui media online yang dikelola oleh pihak eksternal seperti www.infopublik.org, www.kompas.com, www.detik.com atau media online yang dikelola oleh pihak internal seperti situs resmi milik organisasi di bidang kesehatan seperti Pusat Komunikasi Publik, Kementerian Kesehatan.
 - b) Perbincangan di Forum, seperti www.kaskus.co.id, www.kompasiana.com.
 - c) Media Sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram yang dikelola oleh humas bidang kesehatan.
- b. Pemetaan Tokoh Masyarakat (*Opinion Leaders*)
- Pemetaan tokoh masyarakat diperlukan agar komunikasi yang dilakukan efektif menjangkau simpul-simpul sosial masyarakat. Jika *opinion leaders* telah dapat diedukasi dan dipersuasi, hampir pasti publik yang merujuk *opinion leaders* sebagai orang yang dipatuhinya akan turut teredukasi dan terpersuasi. Di masyarakat tertentu, *opinion leaders* lebih berpengaruh dibandingkan media massa. Sebagai contoh, untuk mengedukasi publik mengenai pentingnya menjaga lingkungan dari bahaya nyamuk malaria, para *opinion leaders* seperti tokoh masyarakat atau tokoh agama dapat menjadi corong organisasi untuk mengedukasi dan mempersuasi publik.
4. Pemilihan Taktik
- Taktik merupakan langkah-langkah turunan dari strategi yang lebih detail. Penetapan taktik ini harus merujuk pada fase-fase sebelumnya yakni analisis situasi, sasaran yang telah ditetapkan, dan strategi. Menetapkan taktik dilakukan dengan

menggabungkan beberapa pemetaan yang telah dilakukan pada proses penetapan strategi.

5. Rencana Aksi

Rencana aksi terdiri dari tiga langkah penting, yakni:

a. Jadwal pelaksanaan (*time line*)

Pada poin ini, langkah-langkah taktik dikelompokan dan disusun ke dalam langkah-langkah yang lebih konkret. Selain itu, setiap langkah-langkah ini ditentukan waktu dan frekuensi pelaksanaannya. Periode waktu dapat dipilih sesuai durasi pelaksanaan program, seperti harian, mingguan, bulanan, dan tahunan. Untuk program yang bersifat kegiatan (*event*), pelaksana humas juga melakukan penyusunan *rundown* yang menjelaskan susunan acara pada setiap kegiatan.

b. Anggaran biaya

Langkah ini adalah penyusunan anggaran biaya dari keseluruhan program yang dirinci berdasarkan berbagai keperluan, antara lain untuk perlengkapan, penempatan media (*media placement*), dan jasa.

c. Tim pelaksana

Struktur organisasi pelaksana program ditentukan pada fase ini. Pihak-pihak yang ditunjuk untuk bertanggung jawab pada setiap bagian harus sesuai dengan kapasitas dan pengalamannya.

6. Pemantauan dan Evaluasi

Pemantauan dan evaluasi dilakukan secara berkala pada:

a. Proses perencanaan dan pelaksanaan program kehumasan

Pada fase ini, pemantauan dan evaluasi ditujukan untuk memastikan proses pelaksanaan program kehumasan berjalan sesuai perencanaan. Pemantauan dapat dilakukan melalui pertemuan-pertemuan dengan tim pelaksana atau menggunakan laporan tertulis dari tim pelaksana.

b. Proses pasca pelaksanaan program kehumasan

Pada fase ini, sasaran-sasaran yang telah ditetapkan dalam perencanaan program dievaluasi dan diukur tingkat keberhasilannya. Metode pemantauan dan evaluasi ini disesuaikan dengan jenis-jenis sasaran yang telah ditetapkan, antara lain dengan melakukan survei atau analisis media.

BAB III
TATA HUBUNGAN KERJA ANTAR LEMBAGA

A. Hubungan Internal

Komunikasi internal organisasi merupakan sebuah proses dinamis yang melibatkan berbagai teknik, bentuk, dan media komunikasi. Dalam merencanakan komunikasi internal organisasi, humas perlu memperhatikan sejumlah faktor yang mempengaruhinya, di antaranya:

1. Visi misi organisasi

Dalam membuat perencanaan komunikasi internal, humas perlu memahami dan menyesuaikan perencanaannya dengan visi, misi, dan tujuan organisasi, baik yang bersifat jangka pendek, jangka menengah, maupun jangka panjang.

2. Nilai organisasi

Perencanaan komunikasi internal harus mempertimbangkan nilai-nilai yang dianut organisasi. Sebagai contoh, pada organisasi yang menjunjung tinggi nilai ramah lingkungan, komunikasi yang menggunakan e-mail akan lebih efektif dibandingkan dengan penggunaan kertas untuk surat.

3. Lingkungan fisik organisasi

Pertimbangan berbagai hal terkait lingkungan fisik organisasi perlu dilibatkan dalam perencanaan komunikasi internal. Apakah seluruh pegawai berada dalam gedung yang sama atau berbeda? Apakah berada di lantai gedung yang sama atau berbeda? Pertanyaan-pertanyaan mengenai lingkungan fisik organisasi seperti tersebut di atas akan memberikan petunjuk bagi humas untuk membuat perencanaan komunikasi internal, baik dalam penentuan media, frekuensi, dan bentuk komunikasi yang efektif.

4. Karakteristik pegawai

Dalam perencanaan komunikasi internal organisasi, humas juga harus memperhatikan karakteristik pegawai atau anggota organisasi. Oleh karena itu, humas juga perlu melakukan klasifikasi pegawai atau anggota organisasi, seperti kualitas dan kuantitas pegawai setiap unit. Hal ini akan mempengaruhi cara, bentuk, dan media komunikasi internal yang efektif.

Komunikasi internal organisasi memiliki peran strategis dalam meningkatkan produktivitas organisasi mencapai tujuannya. Untuk itu, tujuan komunikasi internal organisasi yang dijalankan humas di antaranya untuk:

1. Menjadikan visi misi organisasi sebagai tujuan bersama
2. Menjadikan nilai organisasi sebagai budaya
3. Menciptakan rasa memiliki terhadap program dan kebijakan organisasi
4. Menciptakan suasana kerja yang kondusif
5. Menjembatani kepentingan organisasi dan pegawai atau anggota organisasi

6. Membangun dan memelihara hubungan yang baik antara organisasi dengan pegawainya

Untuk mencapai tujuan tersebut, humas memiliki berbagai macam tugas penting, di antaranya:

1. Memastikan arus informasi berjalan dengan baik
2. Mengkomunikasikan visi, misi, dan nilai organisasi kepada pegawai secara terus menerus dalam berbagai cara dan bentuk komunikasi
3. Membantu pimpinan organisasi dan unit lain dalam pengambilan keputusan terkait internal organisasi
4. Membuat *Standard Operation Procedure* (SOP) dan format komunikasi internal organisasi
5. Memberi pelatihan cara berkomunikasi dan menggunakan teknologi informasi

Terdapat beberapa bentuk komunikasi internal organisasi. Berikut ini adalah bentuk-bentuk komunikasi internal organisasi:

1. Dari atas ke bawah

Komunikasi bentuk ini adalah komunikasi dari pimpinan ke bawahan, seperti instruksi, kebijakan baru organisasi. Humas perlu memiliki perencanaan agar informasi dipastikan sampai kepada pihak-pihak yang bersangkutan.

2. Dari bawah ke atas

Bentuk komunikasi ini adalah dari bawahan ke atasan, seperti laporan, masukan, dan informasi mengenai situasi yang terjadi di level bawah kepada pimpinan.

3. Horizontal

Bentuk komunikasi ini terjadi antara pegawai atau unit pada level yang sama dalam organisasi. Komunikasi bentuk ini biasanya digunakan untuk koordinasi dan integrasi aktivitas antar pegawai atau unit.

Adapun media yang dapat digunakan dalam komunikasi internal organisasi di antaranya:

1. Pertemuan (*meeting*)

Pertemuan secara tatap muka paling familiar dalam komunikasi internal organisasi. Humas harus memastikan pertemuan berjalan dengan baik dan efektif sesuai dengan tujuannya. Untuk itu, humas perlu mempersiapkan hal-hal untuk setiap pertemuan, seperti:

- a. Agenda pertemuan
- b. Pembicara dan moderator
- c. Daftar hadir
- d. Perangkat audio visual untuk menunjang pertemuan
- e. Notulensi
- f. Konsumsi

2. Korespondensi

Bentuk komunikasi melalui surat atau memo, seperti surat perintah, atau pengajuan pembaruan perlengkapan.

3. Teknologi informasi

Penggunaan teknologi informasi memiliki keunggulan, yakni kecepatan dan efisiensi. Teknologi informasi yang dapat digunakan dalam komunikasi internal organisasi, di antaranya:

a. Aplikasi khusus

Aplikasi khusus di sini merujuk pada sistem yang dikembangkan oleh organisasi untuk keperluan komunikasi, seperti intranet dan *data base* yang bisa diakses oleh seluruh pihak berkepentingan di internal organisasi.

b. Telepon

Penggunaan telepon dalam komunikasi internal organisasi biasanya digunakan untuk menyampaikan informasi dan instruksi.

c. Surat Elektronik (E-mail)

Penggunaan surat elektronik atau *e-mail* memberi kemudahan dalam mengirim *file* dan menyampaikan informasi bagi para anggota organisasi. *E-mail* juga dapat digunakan untuk menyebarkan *newsletter* kepada para pegawai atau anggota organisasi. Selain itu, komunikasi melalui *e-mail* dapat dilakukan dalam format *mailing list* atau milis yang merupakan grup diskusi yang dapat melibatkan banyak anggota untuk saling berinteraksi dan berbagi informasi.

d. Chatting

Hadirnya berbagai aplikasi *chat* pada perangkat telepon seluler memudahkan komunikasi internal organisasi. Namun demikian, penggunaan *chat* sebagai media komunikasi internal organisasi hanya digunakan untuk bentuk komunikasi yang relatif informal. Perlu ada ketentuan yang tegas mengenai penggunaan *chat* sebagai bentuk komunikasi internal organisasi, karena memiliki potensi kesalahan persepsi dan tersebarnya informasi yang mungkin hanya perlu diketahui oleh beberapa anggota saja.

4. Media internal

Media internal berupa buletin, majalah, atau *newsletter* dikelola oleh humas untuk menjadi alat komunikasi internal organisasi.

5. Papan pengumuman

Papan pengumuman merupakan media internal tradisional yang dapat digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi dan kebijakan yang perlu diketahui pegawai atau anggota organisasi. Humas harus memastikan informasi ditulis dan diilustrasikan secara jelas dan mudah dipahami. Selain itu, penempatan papan pengumuman harus dipastikan mudah dilihat oleh seluruh anggota organisasi.

6. Kotak saran

Kotak saran dapat berguna untuk mengakomodir dan menginventarisasi kepentingan, opini, atau saran dari pegawai

atau anggota organisasi sebagai bahan masukan kepada pimpinan dalam membuat kebijakan organisasi.

B. Hubungan Pusat dan Unit Pelaksana Teknis (UPT)

Hubungan antara pusat dan unit pelaksana teknis kesehatan (misalnya rumah sakit vertikal, poltekkes, kantor kesehatan pelabuhan, dan lain-lain) didasarkan pada kedudukan dan kewenangan Kemenkes sebagai regulator dan UPT sebagai pelaksana teknis di bidang kesehatan. Kemenkes memiliki kewenangan dalam membina, mengawasi, dan mengatur UPT berdasarkan tugas dan fungsinya.

Tujuan komunikasi antara Kemenkes dengan UPT adalah untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan antara keduanya. Oleh karena itu, humas memiliki peranan penting dalam menciptakan hubungan baik antara Kemenkes dengan UPT. Humas di Pusat (Kemenkes) memiliki berbagai fungsi dalam hubungannya dengan UPT, di antaranya:

1. Koordinasi

Humas Pusat melakukan koordinasi dengan UPT untuk menyelaraskan kebijakan dan program pemerintah dengan kebijakan dan program setiap UPT.

2. Instruksi

Humas Kemenkes dapat menjalankan perannya sebagai pemerintah pusat yang memberi instruksi kepada UPT untuk menjalankan kebijakan dan program pemerintah.

3. Mediasi

Kemenkes yang membawa kepentingan pemangku kepentingan memiliki tugas menjembatani kepentingan UPT dan publiknya.

4. Partisipasi

Humas Kemenkes melaksanakan fungsi partisipasi dengan membuka ruang dialog antara Kemenkes dengan UPT dalam merumuskan kebijakan dan programnya.

BAB IV
KEGIATAN KEHUMASAN

A. Prinsip Kegiatan

Pada prinsipnya kegiatan-kegiatan kehumasan meliputi:

1. **Sosialisasi**

Pada poin ini kegiatan yang dilakukan humas ditujukan untuk membangun pemahaman publik mengenai kebijakan, program, dan kegiatan organisasi. Tujuan akhir dari kegiatan sosialisasi humas adalah adanya pemahaman, sikap, dan tindakan publik mengenai isu-isu yang disosialisasikan.

2. **Diseminasi informasi**

Kegiatan ini hampir sama dengan sosialisasi. Namun tujuan akhir dalam diseminasi informasi tidak sampai pada perubahan sikap, tetapi hanya sampai pada diketahuinya informasi tersebut oleh publik.

3. **Advokasi**

Tujuan advokasi dalam kehumasan adalah untuk memperoleh dukungan penentu kebijakan terhadap program yang akan dilakukan oleh organisasi.

4. **Koordinasi**

Kegiatan koordinasi yang dilakukan humas untuk menjembatani berbagai kepentingan organisasi dengan organisasi lain, atau publik.

5. **Promosi**

Selain kegiatan-kegiatan di atas, humas juga memiliki peran untuk mempromosikan organisasi kepada publik. Namun demikian konteks promosi di sini diartikan luas, yakni membangun citra organisasi, produk kebijakan, atau tokoh organisasi di mata publik.

B. Internal

Kegiatan kehumasan dalam komunikasi internal di antaranya adalah:

1. **Pertemuan resmi.** Menyusun dan melaksanakan pertemuan-pertemuan resmi internal, seperti:

- a. Pertemuan berkala
- b. Pelatihan
- c. Peringatan ulang tahun organisasi

2. **Publikasi internal.** Menyusun dan mempublikasikan materi komunikasi untuk internal seperti:

- a. Pengumuman
- b. Media internal
- c. Laporan tahunan

3. ***Family gathering.*** Kegiatan yang ditujukan untuk membangun hubungan yang baik antara anggota organisasi.

C. Eksternal

Humas dalam kegiatan eksternal menjalin kerja sama diantaranya melalui:

1. Hubungan Media (*Media Relations*)

a. *Media Visit*

- 1) Berkunjung ke kantor media untuk silahturahmi dengan redaksi sekaligus memberikan informasi terbaru mengenai isu kesehatan.
- 2) Personil yang diharapkan hadir adalah Menteri, Eselon I, Eselon II, dan Humas.
- 3) Perlu disiapkan materi paparan yang memuat data-data terbaru atau isu terkini.

b. *Media Tour*

- 1) Mengundang wartawan mengunjungi kantor, pabrik obat, laboratorium kesehatan atau lokasi workshop tenaga kesehatan, fasilitas kesehatan, dsb.
- 2) Media Tour memberikan kesempatan lebih besar kepada wartawan untuk dapat melihat langsung dan mempublikasikan proses kejadian dan *success story* program kesehatan. Kegiatan ini dapat memberikan mereka lebih banyak materi untuk ditulis atau ditayangkan tentang kinerja/keberhasilan implementasi program pemerintah, termasuk mengambil foto dan video di lokasi.

c. *Temu Media (Media Briefing)*

- 1) Temu Media adalah kegiatan yang mengundang para pewarta untuk berdiskusi mengenai suatu program, isu atau informasi yang skala pemberitaannya tidak begitu besar namun penting untuk diinformasikan.
- 2) Temu Media tidak hanya dapat dilakukan secara formal melalui paparan di ruang pertemuan namun juga semi formal misalnya dengan format *coffee morning, afternoon tea, luncheon, breakfast meeting*.

d. *Konferensi Pers*

- 1) Konferensi Pers digunakan sebagai forum untuk menginformasikan kepada wartawan terkait isu kesehatan namun memiliki skala pemberitaan yang lebih luas dan penting sehingga dapat mengundang banyak wartawan.
- 2) Karena skalanya yang lebih besar maka narasumber yang dihadirkan juga di tingkat yang lebih tinggi misalnya Menteri Kesehatan, Dirut BPJS Kesehatan, Kepala Dinas Kesehatan/Dirut RS, dan sebagainya.

e. *Media Pitching*

- 1) Cara ini dilakukan dengan ‘menjual’ cerita kepada media untuk dibuat artikel baik dalam bentuk profil, wawancara, opini dan sebagainya.

- 2) Konten yang ditawarkan kepada media tentunya eksklusif, tidak ditawarkan ke media lain. Dalam hal ini Humas berinisiatif mendekati wartawan media tertentu yang ingin menjadi sasaran, misalnya media khusus kesehatan dan kedokteran.
 - 3) Karena bersifat spesifik, humas juga harus meng-customize cerita yang akan menarik minat media tersebut.
 - 4) Media Pitching dapat dilakukan dengan mengirimkan pesan langsung ke redaksi setelah sebelumnya pendekatan secara personal kepada redaktur.
- f. *Round Table Discussion*
- 1) Disebut roundtable discussion karena biasanya hanya mengundang sekitar tiga hingga lima media tertentu yang ingin menjadi sasaran.
 - 2) Diskusi bersifat mendalam mengenai suatu isu kesehatan terkini dengan satu atau dua orang narasumber.
 - 3) Cara ini dapat digunakan juga untuk meluruskan suatu pemberitaan yang keliru dengan memberikan informasi yang lebih spesifik dan mendalam kepada media agar lebih memahami isu yang dibahas.
- g. *Media Workshop*
- 1) Menyelenggarakan pelatihan/workshop kepada wartawan mengenai isu kesehatan.
 - 2) Kegiatan sangat penting untuk mengedukasi wartawan mengenai program pembangunan kesehatan yang masih belum dikenal/baru dan istilah-istilah teknis kesehatan/pengobatan, dan program kesehatan masyarakat.
 - 3) Melalui *workshop* dapat meminimalkan pemberitaan yang simpang siur atau bias.
- h. *Media Events*
- 1) Menyelenggarakan seminar bersama organisasi wartawan (seperti PWI misalnya) yang mengambil tema tentang peranan humas dalam menyiapkan tenaga kerja di sektor kesehatan yang dapat bersaing di pentas global, atau tema tentang pentingnya sertifikasi bagi pekerja di bidang kesehatan dalam menghadapi ASEAN Community 2015.
 - 2) Menyelenggarakan lomba karya jurnalistik yang membawa misi mengenalkan peran dan fungsi humas pada organisasi kesehatan, misalnya. Memberikan apresiasi bagi para wartawan yang menuliskan atau melaporkan mengenai kegiatan kehumasan kesehatan.

- i. *Siaran Pers dan Media Advisory*
 - 1) Setiap kegiatan media harus menyertakan siaran pers. Sedangkan siaran pers harus dikeluarkan secara berkala meskipun tidak ada kegiatan media.
 - 2) Siaran pers akan lebih baik jika menyertakan foto, fact sheet, dan data pendukung lain.
 - 3) Humas pada organisasi kesehatan harus memiliki format siaran pers yang baku.
 - 4) Media *Advisory* dikeluarkan untuk menginformasikan kegiatan dan agenda organisasi yang dapat digunakan oleh media.
 - j. *Media Interview*
 - 1) Humas pada organisasi kesehatan harus dapat mengakomodasi permintaan wawancara dari media.
 - 2) Narasumber untuk wawancara harus dilatih terlebih dahulu oleh humas pada organisasi kesehatan untuk membawa diri di depan media.
 - 3) Siapkan daftar pertanyaan dan jawaban yang mungkin akan muncul serta siapkan data pendukung. Jika memungkinkan minta wartawan untuk mengirimkan pertanyaan terlebih dahulu.
 - 4) Wawancara media merupakan kesempatan baik untuk mengekspos profil personal maupun organisasi kesehatan agar lebih dikenal oleh media dan masyarakat.
 - k. *Media Gathering*
 - 1) Bersifat nonformal dan tujuan utama untuk menjaga hubungan baik dengan media secara lebih personal antara wartawan dengan Humas, bukan untuk mendapatkan pemberitaan.
 - 2) Kegiatan ini dapat berupa *outbound*, pertandingan persahabatan, atau sekedar makan malam bersama.
2. Pengelolaan dan Pemanfaatan Media sosial

Dalam melaksanakan sosialisasi, diseminasi, dan komunikasi publik, humas organisasi kesehatan juga dapat memanfaatkan media sosial, di antaranya dengan:

 - a. Membuat dan mengelola akun resmi media sosial organisasi, antara lain Twitter, Facebook, Blog, YouTube, atau Flickr.
 - b. Menjalin hubungan baik dengan aktivis media sosial yang memiliki pengaruh di media sosial. Para aktivis media sosial dapat dijadikan sebagai saluran informasi untuk menyampaikan berbagai kebijakan organisasi kesehatan kepada publik.
 3. Kegiatan Tatap Muka

Selain melalui media massa dan media sosial, dalam rangka melaksanakan komunikasi eksternal, humas di bidang kesehatan

juga dapat melaksanakan kegiatan tatap muka langsung dengan publik seperti melalui:

a. Pameran

Dalam rangka berhubungan dengan publik eksternal, humas pada organisasi kesehatan juga dapat melakukan pameran berupa produk atau program kesehatan. Humas dapat menyelenggarakan pameran sendiri tentang kesehatan atau terlibat dalam pameran yang diselenggarakan pihak lain.

b. Seminar

Membangun hubungan dengan publik eksternal juga dapat dilakukan humas pada organisasi kesehatan melalui penyelenggaraan seminar kesehatan. Humas dapat melibatkan berbagai pihak yang berkepentingan dalam pelaksanaan seminar tersebut. Selain itu, humas pada organisasi kesehatan juga dapat terlibat dengan seminar yang dilakukan oleh pihak lain yang berhubungan dengan tema kesehatan.

D. Penanganan Pengaduan Masyarakat dan Penanganan Keluhan Pelanggan

Kegiatan kehumasan di bidang kesehatan lainnya adalah menangani pengaduan masyarakat atau keluhan pelanggan. Kegiatan ini merupakan salah satu tugas penting humas di bidang kesehatan. Kepercayaan publik yang merupakan salah satu kunci sukses organisasi di bidang kesehatan, salah satunya ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam menangani pengaduan masyarakat atau keluhan pelanggan.

Bagi organisasi publik seperti Kemenkes, humas memiliki tugas dalam rangka penanganan pengaduan masyarakat. Kemenkes sebagai badan publik telah memiliki sistem pengaduan masyarakat yang merupakan sarana pelayanan informasi dan pengaduan yang dapat digunakan masyarakat untuk mendapatkan informasi atau mengadukan masalah kesehatan kepada Kemenkes.

Bagi UPT yang menjalankan fungsi teknis pelayanan kesehatan, kegiatan penanganan keluhan pelanggan merupakan faktor penting dalam menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggannya. Oleh karena itu, sistem penanganan keluhan pelanggan merupakan salah satu prioritas bagi humas UPT Kesehatan.

Faktor kunci dalam penanganan pengaduan masyarakat dan keluhan pelanggan adalah cara pandang organisasi terhadap pengaduan dan keluhan tersebut. Dalam sudut pandang yang positif, pengaduan dan keluhan dapat bermakna:

1. Informasi berharga bagi organisasi untuk memperbaiki dan meningkatkan pelayanannya. Pengaduan dan keluhan tidak dipandang sebagai kegagalan organisasi. Tidak adanya pengaduan dan keluhan tidak secara otomatis dapat diartikan sebagai kesuksesan organisasi. Tidak adanya pengaduan dan keluhan dapat terjadi karena sikap pesimis publik atau pelanggan

mengenai pengaduan dan keluhannya dapat direspon dan ditindaklanjuti secara positif. Oleh karena itu, cara pandang organisasi terhadap pengaduan dan keluhan sebagai informasi berharga akan melahirkan sikap positif organisasi dalam menyikapinya.

2. Potensi meningkatkan hubungan baik dengan publik atau pelanggannya. Penanganan pengaduan dan keluhan yang baik akan membuat publik atau pelanggan merasa diperhatikan. Hal ini akan meningkatkan loyalitas publik atau pelanggan terhadap organisasi.

Melalui sudut pandang yang positif terhadap pengaduan masyarakat atau keluhan pelanggan, penyelenggara humas yang bertugas menanganinya akan memiliki sikap positif dalam memperlakukan publik atau pelanggan yang menyampaikan pengaduan atau keluhan. Hal ini akan menciptakan kemungkinan langkah-langkah penanganan pengaduan publik atau keluhan pelanggan yang baik terdiri dari:

1. Memperlakukan publik atau pelanggan yang menyampaikan pengaduan atau keluhan dengan baik - bahkan ketika mereka bertanya atau mengadu mengenai persoalan-persoalan kecil. Langkah-langkah yang dapat dilakukan di antaranya:
 - a. Dengarkan pengaduan atau keluhan dengan seksama, dan biarkan publik atau pelanggan menyelesaikan apa yang disampaikannya.
 - b. Ajukan pertanyaan dengan sikap empati. Semakin banyak informasi yang didapatkan, semakin baik kita memahami perspektif dan persoalannya.
 - c. Letakkan diri kita pada posisinya. Sikap empati ini diperlukan agar publik atau pelanggan merasa dihargai.
 - d. Meminta maaf atas ketidaknyamanan mereka tanpa menyalahkan pihak lain, seperti instansi atau unit lain.
 - e. Sampaikan ucapan terima kasih atas informasi yang diberikan dan kesediaannya menghubungi.
 - f. Membuat catatan mengenai identitas dan pengaduan/keluhan. Hal ini penting untuk langkah selanjutnya dan evaluasi.
2. Menindaklanjuti pengaduan atau keluhan dengan langkah sebagai berikut:
 - a. Jika pengaduan atau keluhan sudah diketahui atau telah tersedia solusinya, segera sampaikan kepada mereka.
 - b. Jika pengaduan atau keluhan memerlukan keterlibatan pihak atau unit lain dalam penyelesaiannya, sampaikan bahwa organisasi memerlukan waktu dan akan menginformasikan perkembangannya.
 - c. Teruskan pengaduan atau keluhan kepada pihak yang memiliki kewenangan menyeiksannya dan tanyakan kapan dapat diselesaikan.

- d. Informasikan perkembangan penyelesaian kepada publik atau pelanggan.
- e. Setelah penyelesaian masalah yang diadukan atau dikeluhkan, informasikan kepada publik atau pelanggan dan sampaikan permintaan maaf atas ketidaknyamanan dan harapan semoga situasi tersebut tidak terjadi lagi dan ucapan terima kasih atas kesediaannya menghubungi.

BAB V
MANAJEMEN KRISIS

Tidak ada organisasi yang kebal terhadap krisis. Di era teknologi informasi, organisasi tidak mungkin hidup tanpa risiko krisis, sehingga reputasi organisasi menjadi semakin rentan. Reputasi yang dibangun bertahun-tahun bisa jadi hancur dalam hitungan jam karena krisis.

Humas pada organisasi kesehatan perlu memiliki kemampuan untuk mengelola krisis, baik pada masa sebelum, selama, maupun setelah terjadi krisis. Kesalahan dalam pengelolaan krisis dapat menimbulkan risiko yang berdampak negatif, seperti penurunan reputasi dan gangguan pada kegiatan organisasi.

A. Identifikasi Krisis

Organisasi di bidang kesehatan perlu memiliki sistem peringatan dini untuk mengidentifikasi situasi yang berpotensi menjadi krisis.

Beberapa situasi yang dapat diidentifikasi kemungkinannya menjadi sebuah krisis adalah sebagai berikut:

1. Kecelakaan

Krisis dapat ditimbulkan karena adanya kecelakaan fisik yang dialami organisasi kesehatan. Misalnya kebakaran, karena ancaman hilangnya dokumen penting.

2. Kegagalan teknologi

Krisis yang ditumbulkan karena perilaku peretas data yang dapat mencuri atau merusak *data base* organisasi.

3. Kesalahan manusia (*human error*)

Potensi-potensi terjadinya kesalahan manusia yang dapat menimbulkan krisis organisasi juga diidentifikasi. Sebagai contoh, potensi terjadinya malpraktek dalam penyembuhan pasien.

4. Penyalahgunaan kewenangan

Krisis juga dapat terjadi karena adanya penyalahgunaan kewenangan oleh orang-orang yang ada dalam organisasi kesehatan, seperti penyalahgunaan anggaran (korupsi), penyalahgunaan jabatan dan profesi (kolusi, pelecehan seksual, dan sebagainya).

5. Kebijakan

Adanya pihak-pihak yang dirugikan dari suatu kebijakan organisasi dapat menimbulkan krisis. Hal ini dapat terjadi antara lain melalui pergerakan massa ataupun pembangunan opini negatif melalui media massa. Oleh karena itu, setiap kebijakan yang sudah dan akan diterapkan organisasi perlu diidentifikasi kemungkinannya menjadi krisis melalui penelaahan terhadap pihak-pihak yang mungkin dirugikan karena kebijakan tersebut.

Melalui deteksi dan identifikasi potensi krisis seperti dicontohkan di atas, humas dapat membuat perencanaan komunikasi yang tepat sesuai karakteristik potensi krisis, sehingga memiliki kesiapan dalam

mengelola krisis baik dalam kepentingan pencegahan atau penanganan ketika krisis tersebut terjadi.

B. Cara Penanganan Krisis

Kepanikan adalah perihal yang biasanya terjadi pada saat terjadi krisis, yang justru dapat mengakibatkan krisis semakin sulit dikendalikan. Hal ini biasanya dikarenakan tidak adanya persiapan dan perencanaan pengelolaan krisis.

Melalui teknik pengelolaan krisis seperti diuraikan sebelumnya, humas organisasi kesehatan dapat melakukan antisipasi dan lebih siap dalam menanganikrisis. Ketenangan dan fokus pada penyebab, dampak, dan solusi krisis merupakan kunci keberhasilan penanganan krisis organisasi. Langkah-langkah penanganan krisis terdiri dari:

1. Identifikasi penyebab, dampak, dan solusi yang mungkin diambil untuk menangani dan memulihkan krisis.
2. Tim manajemen krisis selalu berhubungan satu sama lain melalui surat/e-mail, telepon, rapat, untuk memantau krisis dari waktu ke waktu.
3. Menentukan juru bicara organisasi sebagai satu-satunya pihak yang berhubungan dengan media.
4. Menyiapkan pesan-pesan kunci dan antisipasi pertanyaan publik tentang hal-hal yang terkait dengan krisis.
5. Bersikap profesional, transparan, jujur, dan tidak spekulatif.
6. Memperhatikan isu-isu dan kerisauan publik tentang informasi yang tidak jelas sumbernya dan kontroversial.
7. Memberikan informasi terkini secara cepat, akurat, dan berkesinambungan.
8. Mengklarifikasi informasi yang salah sesegera mungkin dan terus-menerus mengikuti perkembangan situasi dan memberikan respons.

BAB VI

MONITORING DAN EVALUASI

A. Monitoring

Keberhasilan dalam mencapai tujuan komunikasi, separuhnya ditentukan oleh rencana yang telah ditetapkan dan setengahnya lagi oleh fungsi pengawasan atau monitoring. Monitoring dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk mengikuti perkembangan pelaksanaan program yang dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan.

Tujuan monitoring adalah untuk memperoleh informasi tentang pelaksanaan program komunikasi sebagai umpan balik bagi pengelola dan pelaksana program kehumeran di Bidang Kesehatan. Informasi yang diperoleh menjadi masukan untuk:

1. Perbaikan dan peningkatan efektivitas strategi dan pelaksanaan program komunikasi.
2. Menemukan permasalahan yang berkaitan dengan penyelenggaraan program.
3. Mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat penyelenggaraan program dalam rangka pencapaian tujuan.

Ada dua metode pendekatan dalam proses monitoring, yaitu:

1. Pendekatan Langsung

Pendekatan langsung dilakukan apabila pihak yang memonitor melakukan kegiatan pada lokasi program yang sedang dilaksanakan. Teknik-teknik yang sering digunakan dalam pendekatan ini adalah wawancara dan observasi untuk memantau kegiatan, peristiwa, proses, hasil, dan dampak program komunikasi yang dilaksanakan.

2. Pendekatan Tidak Langsung

Pendekatan ini digunakan apabila pihak yang memonitor tidak berada di lapangan. Dilakukan dengan menelaah laporan berkala yang disampaikan oleh penyelenggara program atau dengan mengirimkan kuesioner secara berkala kepada para penyelenggara/pelaksana program.

B. Evaluasi

Evaluasi adalah langkah mengukur efektivitas program dan memberikan rekomendasi perbaikan atau peningkatan program komunikasi yang telah dilaksanakan. Pelaksanaan evaluasi dilakukan terhadap seluruh atau sebagian unsur-unsur program serta terhadap pelaksanaan program.

Tujuan evaluasi adalah untuk mengetahui:

1. Apakah tujuan komunikasi yang telah ditentukan dapat dicapai?
2. Apakah pelaksanaan program sesuai dengan rencana?
3. Dampak apa yang terjadi setelah program dilaksanakan?

Fungsi evaluasi dapat dibagi dalam kategori:

1. Fungsi formatif
Evaluasi dipakai untuk perbaikan dan pengembangan kegiatan/program komunikasi yang sedang berjalan.
2. Fungsi sumatif
Evaluasi dipakai untuk pertanggung jawaban, seleksi, atau kelanjutan sebuah program komunikasi.

C. Langkah-Langkah Monitoring dan Evaluasi

Langkah-langkah pokok untuk melakukan monitoring dan evaluasi (Monev) adalah sebagai berikut:

1. Menyusun rancangan monitoring dan evaluasi merujuk pada sasaran yang telah ditetapkan.
2. Menentukan aspek-aspek yang akan dimonitor dan dievaluasi.
3. Mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan program.
4. Menentukan pendekatan metode, teknik dan instrumen Monev.
5. Menentukan waktu dan jadwal kegiatan monitoring dan evaluasi.
6. Menentukan biaya monitoring dan evaluasi.

D. Teknik dan Metode

Teknik dan metode yang dapat digunakan dalam melaksanakan Monitoring dan Evaluasi (Monev) humas di bidang kesehatan adalah:

1. Penilaian Efektivitas Media
 - a. Monev Pemberitan dan Analisis Isi Media
Diawali dengan proses klipping dan meringkas berita-berita kesehatan yang telah dikumpulkan dari berbagai media, selanjutnya dilakukan analisis isi media, sebagai berikut:
 - 1) proporsi tema atau isu kesehatan di media,
 - 2) proporsi media,
 - 3) tone pemberitaan,
 - 4) tren pemberitaan,
 - 5) narasumber yang dikutip, serta
 - 6) jurnalis yang meliput.Keberhasilan humas suatu instansi kesehatan dapat dilihat dari banyaknya media yang menginformasikan isu atau program kesehatan, serta tidak adanya berita atau informasi negatif.
 - b. Menghitung *Advertising Value Equivalent* (AVE).
AVE dapat menjadi indikator dengan menghitung berapa nilai pemberitaan yang dihasilkan dari kegiatan Humas jika dihitung dengan nilai iklan. Hal ini dilakukan dengan membandingkan anggaran program humas yang menghasilkan peliputan media dengan harga iklan yang diperlukan untuk besar kolom pemberitaan yang dihasilkan.

c. Penilaian Efektivitas Situs Internal Instansi

Penilaian ini dapat menggunakan aplikasi khusus internal atau menggunakan perangkat *open source* seperti *Google Analytic*. Beberapa indikator yang dapat digunakan dalam menilai efektivitas situs adalah:

- 1) Jumlah hits atau pengunjung
- 2) Halaman yang sering dibuka
- 3) Artikel paling banyak dibaca
- 4) Komen pada artikel
- 5) Durasi kunjungan
- 6) Jumlah berapa kali file di-*download*

d. Penilaian Efektivitas Pengelolaan dan Pemanfaatan Media Sosial.

Indikator untuk mengukur efektivitas pengelolaan dan pemanfaatan media sosial, di antaranya:

- 1) Jumlah retweet atau mention di Twitter
- 2) Jumlah likes di page facebook
- 3) Jumlah followers Twitter dan friends Facebook
- 4) Jumlah saran yang masuk

2. Penilaian Efektivitas Kegiatan (*Event*)

Beberapa aspek dan metode yang dapat digunakan dalam menilai efektivitas kegiatan, di antaranya:

- a. Jumlah pengunjung atau peserta yang hadir
- b. Survei (kuesioner)
- c. Wawancara

3. Survei Kepuasan Masyarakat

Pelaksanaan Survei Kepuasan Masyarakat terhadap penyelenggaraan pelayanan publik dapat dilaksanakan melalui tahapan perencanaan, persiapan, pelaksanaan, pengolahan dan penyajian hasil survei. Untuk melakukan survei dapat menggunakan:

- a. Kuesioner dengan wawancara tatap muka;
- b. Kuesioner pengisian sendiri, termasuk yang dikirimkan melalui surat;
- c. Kuesioner elektronik (internet/e-survey);
- d. Diskusi kelompok terfokus;
- e. Wawancara tidak berstruktur melalui wawancara mendalam;
- f. Wawancara melalui telepon.

Hasil survei kepuasan masyarakat, dimaksudkan untuk:

- a. Mengetahui kelemahan atau kekuatan dari masing-masing unit penyelenggara pelayanan publik.
- b. Mengukur secara berkala penyelenggaraan pelayanan yang telah dilaksanakan oleh unit pelayanan publik.
- c. Sebagai bahan penetapan kebijakan yang perlu diambil dan langkah perbaikan pelayanan.

- d. Sebagai umpan balik dalam memperbaiki layanan. Masyarakat terlibat secara aktif mengawasi pelaksanaan penyelenggaraan pelayanan publik.

Hasil atas Survei Kepuasan Masyarakat tidak harus disajikan di dalam bentuk skoring/angka absolut, tetapi dapat pula disajikan dalam bentuk kualitatif (baik atau buruk). Hal yang menjadi perhatian utama atas hasil survei adalah harus ada saran perbaikan dari pemberi layanan yang disurvei terhadap peningkatan kualitas layanan.

Hasil survei kepuasan masyarakat wajib diinformasikan kepada publik termasuk metode survei. Penyampaian hasil Survei Kepuasan Masyarakat juga dapat disampaikan melalui media massa, website dan media sosial.

E. Penyusunan Pelaporan Evaluasi

Terdapat dua hal penting yang perlu diperhatikan dalam menyusun laporan evaluasi, yakni:

1. Substansi

Laporan evaluasi program komunikasi kehumasan di bidang kesehatan harus memperhatikan sejumlah aspek terkait substansi laporan yang berhubungan dengan keabsahan data dan metode yang digunakan, di antaranya:

- a. Penentuan aspek yang dievaluasi harus merujuk pada tujuan dan sasaran program komunikasi yang telah ditetapkan. Jika sasaran program adalah perubahan perilaku, maka aspek-aspek perubahan perilaku harus menjadi unit analisisnya.
- b. Pemilihan data atau sampel yang akan dianalisis juga harus merujuk pada sasaran dan karakteristik program komunikasi. Jika sasaran program melibatkan kuantitas audiens, maka data atau sampel harus representatif.
- c. Pemilihan teknik dan metode analisis harus sesuai dengan sasaran yang ditetapkan dan data yang digunakan.

2. Pengemasan

Pengemasan laporan evaluasi meliputi berbagai hal yang berhubungan dengan kemudahan laporan dibaca dan dipahami.

Hal ini dapat meliputi:

- a. Struktur laporan
- b. Penggunaan Bahasa Indonesia yang baik dan benar
- c. Penggunaan ilustrasi, seperti foto, infografis, chart, dan sebagainya yang dapat memperkaya laporan.
- d. *Layout* yang menentukan jenis huruf (*font*) dan penggunaan warna

BAB VII
PENUTUP

Organisasi humas kesehatan yang sukses secara berkelanjutan adalah yang mampu membangun, menjaga, dan memelihara hubungan baik dan kepercayaan publik.

Secara kelembagaan, humas harus didukung oleh kebijakan organisasi yang memungkinkannya menjalankan peran dan fungsi secara efektif. Pada konteks kelembagaan ini, terdapat hal strategis untuk mendukung kelembagaan dan kewenangan humas dalam menjalankan fungsi, yaitu:

1. Humas memiliki akses langsung kepada para pembuat kebijakan organisasi.
2. Humas dilibatkan dalam berbagai keputusan dan kebijakan yang berdampak pada publik internal maupun eksternal.
3. Humas diberikan kewenangan untuk menjadi supervisi atau dilibatkan dalam penentuan berbagai jenis materi komunikasi yang akan dipublikasikan, seperti logo, slogan, laporan tahunan, dan presentasi.
4. Humas diberikan kewenangan untuk bekerja sama dengan pemangku kepentingan untuk membangun kemitraan.

Sebagai pelaksana, sebuah unit humas harus memiliki staf yang kompeten, baik dari aspek kuantitas dan kualitas. Kuantitas pelaksana humas ditentukan secara proporsional sesuai ukuran dan kebutuhan organisasi. Sementara secara kualitas, pelaksana humas harus memiliki berbagai pengetahuan dan keterampilan dalam bidang kehumasan, seperti:

1. Manajemen.

Pelaksana humas harus memiliki berbagai kemampuan untuk dapat menjalankan perannya sebagai bagian dari organisasi, seperti:

- a. Memiliki kemampuan bekerjasama dengan berbagai elemen organisasi, baik secara vertikal maupun horizontal.
- b. Memiliki pengetahuan atau cepat mempelajari berbagai hal tentang organisasi, seperti visi misi, tujuan, struktur, dan sebagainya.
- c. Memiliki pengetahuan dan keterampilan komunikasi, termasuk melaksanakan riset, membuat presentasi, menjalin hubungan dengan media, kemampuan menulis serta membuat materi visual dan audio visual, menyelenggarakan event, dan sebagainya.

2. Kepribadian.

Pelaksana humas memiliki elemen kepribadian yang memungkinkannya dapat berhubungan secara baik dengan berbagai kalangan, seperti mudah bergaul, proaktif, inisiatif, asertif, dan solutif.

Tanpa dukungan dua faktor tersebut, pelaksana humas sulit untuk menjalankan peran dan fungsinya secara efektif. Oleh karena itu, dua faktor tersebut merupakan syarat sukses humas sebagai bagian dari syarat sukses organisasi humas bidang kesehatan secara berkelanjutan.

MENTERI KESEHATAN
REPUBLIK INDONESIA,

NILA FARID MOELOEK