



**MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
REPUBLIK INDONESIA**

**KEPUTUSAN MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
REPUBLIK INDONESIA**

NOMOR M.HH-11.HH.04.05 TAHUN 2023

TENTANG

**MANAJEMEN KEHUMASAN
DI LINGKUNGAN KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA**

MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA,

- Menimbang** :
- a. bahwa dalam rangka mewujudkan opini publik yang positif terhadap Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia sebagai badan publik yang tanggap informasi dan berprestasi, diperlukan sumber daya manusia yang memahami dasar-dasar dan mekanisme pengelolaan pemberitaan;
 - b. bahwa dalam rangka mengidentifikasi perspektif dan dinamika masyarakat sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan, koreksi, dan mitigasi krisis informasi, diperlukan suatu strategi dalam pemantauan media dan komunikasi krisis;
 - c. bahwa dalam rangka mengoptimalkan publikasi kinerja Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia di media massa, harus ditunjang dengan relasi media yang baik;
 - d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c tersebut di atas, perlu menetapkan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia tentang Manajemen Kehumasan di Lingkungan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia;
- Mengingat** :
- 1. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 166, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3887);
 - 2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4843) sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952);
 - 3. 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);

4. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 112, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5038);
5. Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2018 tentang Keterbukaan Informasi Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 99, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5149);
6. Peraturan Presiden Nomor 18 Tahun 2023 tentang Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 33);
7. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor M.HH-04.IN.04.02 Tahun 2011 tentang Tata Cara Pengelolaan dan Pelayanan Informasi Publik pada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 173);
8. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 42 Tahun 2021 tentang Uraian Fungsi Organisasi Jabatan Pimpinan Tinggi Pratama dan Tugas Koordinator Jabatan Fungsional di lingkungan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 1366);
9. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 28 Tahun 2023 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 900);

MEMUTUSKAN :

- Menetapkan : KEPUTUSAN MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA TENTANG MANAJEMEN KEHUMASAN DI LINGKUNGAN KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA.
- KESATU : Manajemen Kehumasan adalah acuan bersama dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi kehumasan di lingkungan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.
- KEDUA : Manajemen Kehumasan mengatur dasar-dasar dan mekanisme pengelolaan kehumasan di lingkungan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, yang meliputi manajemen pemberitaan, manajemen iklan, manajemen pemantauan media, dan manajemen komunikasi krisis.
- KETIGA : Manajemen Kehumasan di Lingkungan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia adalah sebagaimana tercantum dalam Lampiran, merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Keputusan ini.
- KEEMPAT : Manajemen Kehumasan di Lingkungan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia merupakan panduan bagi Satuan Kerja di Lingkungan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia dalam pengelolaan kegiatan kehumasan.

KELIMA : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 30 November 2023



MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA,

YASONNA H. LAOLY

LAMPIRAN
Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia
Nomor : M.HH-11.HH.04.05 TAHUN 2023
Tanggal : 30 November 2023

MANAJEMEN KEHUMASAN
DI LINGKUNGAN KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

BAB I
PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Setiap badan publik diamanatkan untuk memberikan informasi yang diperlukan oleh masyarakat. Media massa menjadi alat publikasi yang dipilih karena sifatnya yang masif, mudah diakses, dan terkini. Perkembangan media massa di Indonesia sendiri terus mengalami peningkatan. Hingga 31 Mei 2023 tercatat 1.736 media telah terverifikasi di Dewan Pers, yang didominasi oleh media siber sebanyak 922 media. Jumlah ini belum termasuk media massa yang telah melakukan kegiatan jurnalistik namun belum terdaftar di Dewan Pers.

Jumlah media yang meningkat pesat ini menggambarkan banyaknya arus informasi yang tersedia bagi masyarakat. Di tengah persaingan media yang ada, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia memerlukan manajemen pemberitaan yang baik sehingga informasi positif tentang Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia dapat diterima dan dimengerti oleh masyarakat.

Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia perlu menerapkan berbagai strategi relasi media untuk menunjang publikasi di media massa. Salah satu strategi tersebut adalah melalui iklan dengan gaya bahasa jurnalistik sehingga informasi-informasi terpilih menjadi prioritas oleh media massa untuk disebarluaskan.

Di era yang serba digital dan terbuka, informasi tentang Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia tidak hanya bersumber dari internal Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia saja. Setiap media bahkan masyarakat turut menjadi produsen berita melalui peliputan dan pengolahan informasi secara mandiri. Kondisi ini menyebabkan ketidakpastian validitas informasi dari waktu ke waktu. Dibutuhkan manajemen pemantauan media secara rutin untuk melihat perspektif dan opini publik yang sedang berkembang tentang Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Informasi yang diperoleh melalui pemantauan media dapat diolah menjadi dasar pengambilan kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan memberikan opini publik yang positif terhadap Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.

Sementara itu, peristiwa-peristiwa tidak terduga yang merugikan bisa saja terjadi di lingkungan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Peristiwa seperti kecelakaan, bencana, dan peristiwa lain dengan sentimen negatif dapat dengan cepat menjadi krisis komunikasi. Kondisi ini merusak opini publik tentang Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Pengembalian tugas dan fungsi kehumasan dapat mengambil tindakan cepat saat krisis informasi melalui manajemen penanganan media.

2. Maksud dan Tujuan

a. Maksud

- 1) Memberikan pelayanan informasi kepada publik secara cepat, tepat, dan mudah dipahami;
- 2) Menciptakan opini publik yang positif terhadap Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia;
- 3) Mengidentifikasi perspektif dan dinamika masyarakat sebagai dasar dalam pengambilan kebijakan; dan
- 4) Mengelola opini publik dan tanggap akan situasi krisis yang berkembang.

b. Tujuan

Tersusunnya Keputusan tentang manajemen kehumasan yang dapat dijadikan acuan bersama dalam pelaksanaan tugas dan fungsi kehumasan di lingkungan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.

3. Ruang Lingkup

Manajemen Kehumasan mengatur dasar-dasar dan mekanisme pengelolaan kehumasan di lingkungan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, yang meliputi:

- a. Manajemen Pemberitaan;
- b. Manajemen Iklan;
- c. Manajemen Pemantauan Media; dan
- d. Manajemen Komunikasi Krisis.

Manajemen Kehumasan mengatur tugas dan fungsi kehumasan pada lingkup media eksternal, tidak termasuk media sosial dan media internal.

4. Pengertian

- a. Humas Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, yang selanjutnya disebut humas adalah pejabat fungsional pranata hubungan masyarakat dan pegawai lain yang ditunjuk untuk melaksanakan tugas, tanggung jawab, wewenang, dan hak secara penuh oleh pejabat yang berwenang untuk melaksanakan kegiatan pelayanan informasi dan kehumasan di lingkungan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.
- b. Media massa adalah sarana dan saluran sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita kepada masyarakat luas. Jenis media massa dikategorikan menjadi media cetak, media elektronik, dan media siber.
- c. Media cetak adalah sarana media massa yang dicetak dan/atau diterbitkan secara berkala, seperti buku, surat kabar, majalah, tabloid, dan jurnal.
- d. Media elektronik adalah sarana media massa yang mempergunakan alat-alat elektronik, seperti radio, televisi, dan film.
- e. Media siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik.
- f. Pimpinan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, yang selanjutnya disebut pimpinan kementerian adalah Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, Wakil Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, dan Sekretaris Jenderal.

- g. Krisis adalah peristiwa yang tidak terduga, berpotensi memberikan dampak negatif, dan mengancam reputasi atau keberlangsungan organisasi.
- h. Komunikasi krisis adalah penyampaian pesan antara instansi pemerintah dan publik untuk menyamakan persepsi dalam penanganan krisis baik sebelum, selama, dan setelah krisis terjadi.

BAB II MANAJEMEN PEMBERITAAN

1. Relasi Media

Humas menguasai beragam teknik relasi media agar informasi dan berita yang telah disiapkan dapat dipublikasikan oleh media. Selain itu, relasi media dapat diterapkan untuk membangun hubungan baik jangka panjang bersama wartawan dan perusahaan media.

Teknik relasi media yang dapat digunakan oleh humas untuk menghasilkan produk berita secara cepat adalah:

a. Siaran pers.

Siaran pers dilakukan dengan menyebarkan tulisan berita yang telah disiapkan oleh humas kepada media massa. Siaran pers dapat disebarkan melalui sarana komunikasi digital, ataupun dicetak untuk disebarkan pada kegiatan organisasi yang mengundang media massa.

b. Konferensi pers

Konferensi pers dilakukan dalam bentuk kegiatan khusus yang disiapkan oleh satuan kerja untuk mengumumkan, menjelaskan, mempertahankan, atau mempromosikan sesuatu. Konferensi pers dilaksanakan dengan mengundang media massa. Satuan kerja menyiapkan narasumber terpercaya untuk menyampaikan informasi.

c. *Door stop*.

Door stop dilakukan dalam bentuk wawancara informal yang dilakukan oleh media massa kepada pemimpin satuan kerja. Wawancara dilakukan dengan “mengadang” narasumber ketika hendak memasuki atau meninggalkan tempat acara.

d. Undangan peliputan.

Undangan peliputan dilakukan dengan cara mengundang media massa untuk hadir langsung di tempat acara yang digelar satuan kerja.

e. Iklan

Iklan dilakukan dalam bentuk kegiatan periklanan satuan kerja pada media massa.

f. Keterangan pers

Keterangan pers dilakukan dengan menyebarkan poin-poin penting tentang suatu topik, yang telah disiapkan oleh humas kepada media massa.

Teknik relasi media juga digunakan untuk membangun hubungan baik dalam jangka panjang. Jenis-jenis relasi media ini tidak hanya menargetkan produk berita, tetapi juga membangun kepercayaan dan citra positif Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.

a. *Press tour*

Press tour dilakukan dalam bentuk perjalanan rombongan media massa yang diatur oleh satuan kerja untuk meliput kondisi, aktivitas, atau permasalahan yang sedang dihadapi oleh satuan kerja.

b. *Media visit*

Media visit dilakukan dalam bentuk kunjungan pimpinan satuan kerja ke kantor media massa dalam rangka menjalin hubungan baik dan pertukaran informasi.

c. *Media gathering*

Media gathering dilakukan dengan mengundang media massa dalam kegiatan-kegiatan yang bersifat informal, seperti makan bersama dan olahraga bersama.

d. *Media training*

Media training dilakukan dengan mengundang perwakilan media massa untuk memberikan pelatihan kepada pegawai Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, ataupun sebaliknya.

e. Diskusi media

Diskusi media dilakukan dengan mengundang perwakilan media massa untuk membahas atau mendiskusikan isu tertentu.

f. Teknik dan metode komunikasi lain dengan memperhatikan kode etik jurnalistik yang berlaku.

Untuk menjamin pelayanan dan kelancaran informasi, humas harus mengantisipasi berbagai pertanyaan, jawaban, dan dinamika yang akan terjadi dalam kegiatan relasi media.

2. Liputan

Humas melakukan peliputan di lingkungan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Kegiatan peliputan meliputi dokumentasi dan pembuatan berita.
- b. Tema yang menjadi prioritas peliputan humas adalah layanan, capaian kinerja, prestasi, dan kegiatan pimpinan satuan kerja.
- c. Kegiatan internal seperti rapat dan persiapan kegiatan tidak menjadi prioritas peliputan. Kegiatan internal dapat didokumentasikan untuk kepentingan arsip.
- d. Peliputan pimpinan kementerian di satuan kerja dilakukan atas koordinasi dengan Biro Hubungan Masyarakat, Hukum, dan Kerja Sama.
- e. Peliputan pimpinan satuan kerja dilakukan oleh humas satuan kerja masing-masing.
- f. Narasumber dalam peliputan adalah pimpinan satuan kerja, atau juru bicara yang ditunjuk oleh pimpinan satuan kerja.
- g. Menjaga informasi yang merupakan rahasia negara.
- h. Tidak membuat berita bohong, fitnah, cabul, diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, penyandang disabilitas, dan penyandang disabilitas mental.
- i. Menggunakan seragam peliputan humas dengan ketentuan:
 - 1.) Model baju taktikal lengan panjang,
 - 2.) Baju berwarna biru tua,
 - 3.) Bawahan berwarna gelap,
 - 4.) Tulisan berwarna putih, dan
 - 5.) Menggunakan atribut yaitu nama pegawai di dada kanan, tulisan "HUMAS" di dada kiri, logo Kemenkumham di lengan kiri, dan nama satker di belakang.

3. Ketentuan Media

Humas memprioritaskan media massa, baik cetak, elektronik, maupun siber yang memenuhi salah satu ketentuan sebagai berikut:

- a. Telah terverifikasi oleh Dewan Pers.

- 1) Dewan Pers selektif dalam pemberian verifikasi kepada media massa untuk mencegah eksploitasi oleh media massa kepada masyarakat.
- 2) Daftar media yang telah terverifikasi Dewan Pers dapat dilihat secara online pada alamat situs Dewan Pers.
- 3) Situs Dewan Pers dapat digunakan untuk memeriksa organisasi wartawan dan asosiasi perusahaan pers.

b. Memiliki *Search Engine Optimization* (SEO) yang baik.

- 1) Berita dengan SEO yang baik akan hadir di halaman depan mesin pencarian, sehingga memiliki kesempatan yang lebih besar untuk dibaca oleh masyarakat dibandingkan dengan berita yang berada di halaman belakang mesin pencarian.
- 2) SEO dari media siber dapat diperiksa dengan memasukkan kata kunci berita, misalnya nama satuan kerja atau nama tokoh pada mesin pencarian. Selanjutnya, memeriksa media massa yang muncul di halaman depan.

c. Memiliki *web traffic* yang tinggi.

- 1) Humas memeriksa *web traffic* media siber pada situs penyedia informasi *web traffic*.
- 2) Humas memeriksa jumlah pengunjung media siber pada kategori “news” atau “berita”.
- 3) Humas memilih media nasional yang memiliki rata-rata jumlah pengunjung lebih besar dari jumlah pengunjung situs resmi Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.
- 4) Humas memilih media lokal yang memiliki rata-rata jumlah pengunjung lebih besar dari jumlah pengunjung situs resmi Kantor Wilayah masing-masing.

d. Rubrikasi Media

Humas mempublikasikan berita pada media massa yang memiliki rubrik pemberitaan sesuai tugas dan fungsi masing-masing satuan kerja.

e. Konvergensi media

Humas memilih media massa yang memiliki beragam saluran distribusi berita, di antaranya media siber, media cetak, televisi, media sosial, dan saluran lainnya.

f. Oplah media cetak

Humas memilih media cetak dengan oplah tertinggi di wilayah kerjanya.

g. Segmentasi pasar

Humas memilih media massa dengan memperhatikan segmentasi pasar yang sesuai dengan target masyarakat.

4. Teknik Menulis *Hard News*

Salah satu jenis berita yang sering digunakan oleh humas Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia adalah *hard news*. *Hard news* digunakan saat membuat siaran pers, berita pada situs internal, serta publikasi-publikasi lainnya. Menulis *hard news* dapat dilakukan dengan memperhatikan:

a. Penulisan yang ‘*to the point*’

Langsung pada pokok persoalan, tidak basa-basi, dan tidak menggunakan kata pengantar.

Contoh yang benar:

Kementerian Hukum dan HAM (Kemenkumham) menerima penghargaan atas kinerja anggaran terbaik tahun 2022, Rabu (17/05/2023).

Contoh yang salah:

Pagi itu suara riuh memenuhi aula gedung Kementerian Keuangan (Kemenkeu). Dari kejauhan tampak Menteri Hukum dan HAM, Yasonna H. Laoly naik ke panggung diiringi tepuk tangan. Kemenkumham baru saja diumumkan sebagai peraih penghargaan kinerja anggaran terbaik.

b. Fakta tanpa opini

Berita hanya berisi fakta. Tidak boleh beropini, menilai, berasumsi, menduga-duga, atau bersifat rumor.

Contoh yang benar:

Kementerian Hukum dan HAM (Kemenkumham) menerima penghargaan atas kinerja anggaran terbaik tahun 2022, Rabu (17/05/2023).

Contoh yang salah:

Peristiwa membanggakan dialami oleh Kementerian Hukum dan HAM (Kemenkumham). Yasonna menerima penghargaan kinerja anggaran tahun 2022 dari Menteri Keuangan Sri Mulyani. Yasonna merasa tahun depan Kemenkumham akan kembali menerima penghargaan ini.

c. Unsur 5W + 1H

Hard news harus memiliki unsur “apa, siapa, kapan, mengapa, di mana, dan bagaimana”.

- 1) Apa, yaitu pokok persoalan, inti peristiwa, yang paling penting;
- 2) Siapa, yaitu siapa yang berbicara, sumber informasi, siapa yang terlibat;
- 3) Kapan, yaitu hari, tanggal, bulan, tahun, atau waktu peristiwa;
- 4) Mengapa, yaitu penyebab peristiwa;
- 5) Di mana, yaitu dimana peristiwa terjadi; dan
- 6) Bagaimana, yaitu bagaimana sebuah peristiwa terjadi.

d. Struktur piramida terbalik

Berikan informasi paling penting di awal berita sehingga ketika masyarakat membaca bagian awal saja sudah mendapatkan informasinya.

e. Kutipan Langsung

Kutipan langsung digunakan untuk membuat tulisan lebih hidup. Narasumber dalam berita seolah hadir dan berbicara di dalam tulisan. Jika pernyataan narasumber dianggap penting, namun bahasanya berantakan, Humas dapat merapikan pernyataan narasumber tanpa mengubah artinya agar pembaca tidak salah memahami berita.

f. Humas dapat membuat jenis tulisan selain *hard news* sesuai dengan topik pemberitaan.

5. *Search Engine Optimization* (SEO)

- a. Teknik SEO digunakan untuk mengoptimalkan keseluruhan situs agar mudah ditemukan oleh mesin pencari dengan tujuan agar konten pada situs berada pada posisi teratas hasil pencarian.

- b. Humas melakukan optimalisasi SEO dengan menggunakan kata kunci pada penulisan berita. Kata kunci dapat berada pada judul, takarir foto, paragraf pertama, badan berita, paragraf akhir, dan *tag* berita.
- c. Humas melakukan riset untuk mengetahui kata kunci yang sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat.
- d. Kata kunci merupakan gabungan dari “siapa”, “dimana”, dan “apa”.

6. Publikasi

Humas melakukan publikasi berita dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Humas melakukan publikasi pada media sesuai aturan ‘Ketentuan Media’ pada Bab II angka 3 tentang Ketentuan Media.
- b. Dalam hal kegiatan melibatkan pimpinan kementerian, satuan kerja menyebarkan siaran pers atas koordinasi bersama Biro Hubungan Masyarakat, Hukum, dan Kerja Sama Sekretariat Jenderal.
- c. Unit Pelaksana Teknis menyebarkan siaran pers atas koordinasi bersama Kantor Wilayah dan Unit Utama induknya, dengan tembusan kepada Kepala Biro Hubungan Masyarakat, Hukum, dan Kerja Sama.
- d. Siaran pers yang disebarkan wajib menyertakan informasi narahubung.

BAB III MANAJEMEN IKLAN

Iklan merupakan salah satu strategi untuk menginformasikan kegiatan dan capaian kinerja organisasi dengan tujuan mempengaruhi dan mengubah pandangan masyarakat terhadap Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia agar menjadi pandangan yang positif. Iklan memberikan kepastian bahwa informasi dipublikasikan oleh media massa.

Dalam melakukan periklanan, humas wajib memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Setiap satuan kerja menyiapkan anggaran iklan.
2. Iklan dapat dilakukan dalam bentuk advertorial, berita mengalir, poster, *adlibs*, infografis, videografis, *running text*, peliputan khusus, *talkshow*, maupun bentuk lainnya.
3. Iklan dipublikasikan oleh media massa yang memenuhi unsur pada Bab II angka 3 tentang Ketentuan Media.
4. Iklan dilakukan secara terkoordinasi untuk pemerataan media dan menghindari tumpang tindih iklan pada satu media massa tertentu.
 - a. Unit Utama berkoordinasi dengan Biro Hubungan Masyarakat, Hukum, dan Kerja Sama.
 - b. Unit Pelaksana Teknis berkoordinasi dengan Kantor Wilayah masing-masing.

Iklan setidaknya memenuhi kriteria AIDCA, yaitu:

1. *Attention* (perhatian), berarti iklan harus menarik perhatian khalayak sasaran. Pada iklan dengan bentuk tulisan atau berita, unsur '*attention*' dapat diterapkan pada judul berita. Meskipun demikian humas perlu menghindari judul yang bersifat '*clickbait*'. Saat ini seringkali ditemui judul '*clickbait*' yang tidak sesuai dengan isi berita. Khalayak jangan sampai merasa tertipu dengan iklan dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Iklan dalam bentuk visual dan audio perlu memperhatikan ukuran, bentuk, tata letak, penggunaan warna, serta efek suara yang sesuai agar menarik perhatian khalayak.
2. *Interest* (minat), berarti iklan menimbulkan ketertarikan khalayak untuk mengetahui lebih lanjut tentang layanan yang humas iklankan pada media massa.
3. *Desire* (kebutuhan/keinginan), berarti iklan membuat khalayak memiliki keinginan atau merasa butuh untuk menggunakan layanan yang diiklankan di media massa.
4. *Conviction* (keyakinan), berarti iklan menyentuh emosi khalayak sehingga memiliki keyakinan terhadap layanan yang diiklankan di media massa. Khalayak menjadi yakin bahwa layanan tersebut adalah pilihan yang tepat untuk menjawab kebutuhannya.
5. *Action* (tindakan), berarti khalayak mengambil tindakan pembelian atau aksi menggunakan layanan dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.

Humas wajib membuat evaluasi untuk mengetahui keberhasilan iklan. Untuk iklan pada media siber, humas melakukan evaluasi sebagai berikut:

1. Meminta link pemberitaan pada media siber.
2. Meminta bukti berita terbaca pada halaman depan mesin pencarian ketika memasukkan kata kunci tertentu.
3. Meminta laporan *traffic* pada berita yang masuk dalam kategori iklan.
4. Hasil evaluasi menjadi dasar untuk membuat rekomendasi kerja sama iklan selanjutnya.

BAB IV
MANAJEMEN PEMANTAUAN MEDIA

Humas melakukan pemantauan media siber untuk mengetahui isu-isu yang berkembang di masyarakat baik dalam lingkup nasional maupun lingkup wilayah. Pemantauan media bukan hanya untuk melihat jumlah atau kuantitas berita. Informasi perkembangan isu kemudian dilaporkan kepada Pimpinan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia sebagai bahan pengambilan keputusan.

Dalam melakukan pemantauan media, Biro Hubungan Masyarakat, Hukum, dan Kerja Sama memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Pemantauan media menggunakan aplikasi pihak ketiga untuk menjaring data berita media siber.
2. Media siber pada angka (1) merupakan media siber yang telah memenuhi kriteria sesuai Bab II angka 3 tentang Ketentuan Media.
3. Humas Unit Utama dan Kantor Wilayah membuat daftar penambahan media siber pada angka (2) secara berkala dan menyampaikan kepada Biro Hubungan Masyarakat, Hukum, dan Kerja Sama.
4. Aplikasi pemantauan media mengumpulkan berita media siber berdasarkan kata kunci yang diatur ke dalam aplikasi, dengan ketentuan:
 - a. Kata kunci yang diatur adalah satuan kerja Unit Utama, Kantor Wilayah, dan nama pimpinan tertinggi di satuan kerja masing-masing. Contoh penulisan kata kunci:

Satuan Kerja/Pimpinan	Kata Kunci
Sekretariat Jenderal	“Sekretariat Jenderal Kementerian Hukum dan HAM” OR “Setjen Kemenkumham”
Kemenkumham Jawa Timur	(“Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM” OR “Kanwil Kemenkumham”) AND (“Jawa Timur” OR “Jatim”)
Direktur Jenderal HAM	“Direktur Jenderal Hak Asasi Manusia” OR “Direktur Jenderal HAM” OR “Dirjen HAM” OR “Dhahana Putra”

- b. Kata kunci menjadi acuan penulisan berita di media siber agar terbaca di dalam aplikasi pemantauan media sesuai kategori Unit Utama, Kantor Wilayah, dan Pimpinan.
5. Pemantauan media memberikan informasi topik-topik yang paling disorot tentang Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia selama periode waktu pemantauan.
6. Pemantauan media memberikan informasi isu positif, isu negatif, dan isu netral tentang Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.
7. Pemantauan media memberikan informasi media-media siber yang memberitakan tentang Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.
8. Laporan pemantauan media dibuat untuk periode 7 hari (Senin-Minggu). Periode laporan pemantauan media dapat berubah jika terjadi perubahan-perubahan teknis yang perlu disesuaikan di dalam aplikasi, di antaranya perubahan kata kunci karena perubahan pimpinan satuan kerja, serta pendaftaran media siber ke dalam aplikasi.

9. Dalam situasi krisis, periode pemantauan media dapat berubah sesuai kepentingan penanganan krisis.
10. Jika satuan kerja tidak memiliki aplikasi pemantauan media atau kerja sama dengan pihak penyedia layanan pemantauan media, kegiatan pemantauan media dapat dilaksanakan secara manual dengan memeriksa pemberitaan tentang Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia pada media siber.

BAB V

MANAJEMEN KOMUNIKASI KRISIS

1. Faktor Penyebab Krisis

Faktor yang mempengaruhi krisis terdiri atas:

a. Faktor Internal

- 1.) Kecelakaan karena reaksi atau tindakan suatu objek, bahan, atau orang yang mengakibatkan korban jiwa, cedera, atau kerusakan, seperti kecelakaan kendaraan, korsleting listrik, dan kebakaran.
- 2.) Kebocoran data dan informasi akibat kesalahan manusia dan teknologi dalam menyimpan atau menyampaikan informasi, seperti serangan virus, peretasan, atau penyimpanan data rahasia di tempat yang tidak aman.
- 3.) Aktivitas ilegal atau aktivitas yang melanggar peraturan, seperti korupsi, kekerasan, asusila, dan kriminal.

b. Faktor Eksternal

- 1.) Pemberitaan media massa yang tidak sesuai fakta sehingga memberikan dampak negatif.
- 2.) Kegagalan teknologi pihak terkait dalam mendukung kinerja Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.
- 3.) Bencana alam, seperti banjir, letusan gunung berapi, gempa bumi, dan wabah penyakit.
- 4.) Gejala sosial di luar Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, seperti kerusuhan, terorisme, dan sabotase.

2. Komunikasi Krisis

Komunikasi memiliki kedudukan penting dalam penanganan krisis untuk merespon dan menanggulangi krisis. Komunikasi krisis bertujuan mengurangi dampak negatif pada reputasi Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.

Saat terjadi krisis, humas membuat laporan atensi pimpinan kepada Sekretaris Jenderal pada kesempatan pertama. Laporan atensi berisikan kronologi peristiwa serta langkah-langkah komunikasi yang telah, sedang, dan akan dilakukan untuk mengatasi krisis komunikasi.

Penangan krisis dibedakan berdasarkan skala krisis komunikasi yaitu:

a. Skala lokal.

Krisis skala lokal terjadi ketika pemberitaan dengan sentimen negatif dipublikasikan oleh media massa lokal dan media massa nasional yang oplah, *traffic*, dan jangkauannya tidak luas.

Tim penanganan krisis komunikasi skala lokal dipimpin oleh humas Kantor Wilayah, dengan koordinasi bersama humas UPT dan humas Unit Utama terkait.

b. Skala nasional.

Krisis skala nasional terjadi ketika pemberitaan dengan sentimen negatif dipublikasikan oleh media cetak nasional dan media siber yang dianalisis kemudian.

Tim penanganan krisis komunikasi yang melibatkan pimpinan Unit Utama, dipimpin oleh humas Unit Utama, dengan koordinasi bersama Biro Hubungan Masyarakat, Hukum, dan Kerja Sama serta humas Kantor Wilayah dan UPT terkait.

Tim penanganan krisis komunikasi yang melibatkan pimpinan kementerian dipimpin oleh Biro Hubungan Masyarakat, Hukum, dan Kerja Sama, atas koordinasi dengan humas Unit Utama, Kantor Wilayah, dan UPT terkait.

Tim penanganan krisis dapat melakukan mitigasi berita negatif dengan cara:

- a. Melakukan publikasi berita positif secara masif untuk meminimalisir efek dan jangkauan, serta menutupi berita negatif.
- b. Memberikan jawaban atau klarifikasi atas topik yang menjadi pemberitaan negatif.
- c. Menggunakan Hak Jawab, Hak Koreksi, dan strategi lainnya sesuai dengan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

Humas melakukan pengelolaan krisis dengan memperhatikan hal-hal berikut:

- a. Daftar masalah.

Humas membuat daftar masalah berdasarkan prioritas. Daftar masalah ini akan membantu tim untuk mengetahui prioritas yang perlu direspon terlebih dahulu.

- b. Daftar kontak darurat dan instansi terkait.

Humas menyiapkan daftar kontak darurat, seperti kepolisian, rumah sakit, pemadam kebakaran, dan instansi terkait lainnya untuk pertukaran dan penyampaian informasi dalam rangka pengelolaan krisis.

- c. Daftar kontak media.

Humas membuat daftar kontak media massa yang akan digunakan untuk penyebaran informasi secara cepat dan massal.

- d. Narahubung.

Dalam pemberian informasi kepada media massa, misalnya melalui siaran pers atau keterangan pers, humas menyertakan kontak narahubung untuk mengantisipasi komunikasi lanjutan antara humas dan media massa.

- e. Juru bicara.

Juru bicara yang ditunjuk untuk melakukan komunikasi dengan media atau publik disesuaikan dengan skala krisis. Juru bicara dalam krisis skala lokal adalah Kepala Kantor Wilayah atau juru bicara lain yang ditunjuk oleh Kepala Kantor Wilayah. Juru bicara dalam krisis skala nasional adalah pimpinan kementerian, pimpinan Unit Utama, atau juru bicara lain yang ditunjuk oleh pimpinan.

- f. Data angka.

Data berupa angka yang dapat mengalami perubahan, misalnya korban bencana, korban kerucuan, atau kekerasan, perlu disertakan dengan jelas keterangan hari, tanggal, dan jam data tersebut diambil.

- g. Kerja sama.

Penanganan krisis bukan hanya tanggung jawab humas, namun kesatuan organisasi. Untuk itu diperlukan kerja sama di bawah komando pimpinan satuan kerja.

h. Skenario pemulihan.

Humas membuat skenario pemulihan untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat.

i. Pemantauan media.

Humas melakukan pemantauan media untuk melihat kecenderungan krisis komunikasi, apakah terjadi peningkatan, penurunan, atau melebar ke isu-isu negatif lainnya.

Dalam melakukan komunikasi krisis dengan media massa, humas Kemenkumham memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Menyiapkan pesan-pesan kunci dan antisipasi pertanyaan masyarakat tentang hal-hal yang berkaitan dengan krisis;
- b. Memberikan informasi dengan jujur dan tidak berkelit;
- c. Memberikan informasi dengan cepat dan akurat, tetapi tidak reaktif;
- d. Menyampaikan penyesalan atas peristiwa yang terjadi;
- e. Memberikan informasi tentang langkah-langkah yang sedang dan akan dilakukan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia untuk mengatasi permasalahan; dan
- f. Memberikan informasi saat permasalahan telah selesai ditangani.

BAB VI
PENUTUP

Manajemen Kehumasan ini menjadi acuan dalam menyelenggarakan manajemen pemberitaan, manajemen pemantauan media, manajemen iklan, dan manajemen komunikasi krisis di lingkungan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.

Jakarta, 30 November 2023



MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA,

YASONNA H. LAOLY