



KOMINFO

amh P E D O M A N
2017
A N U G E R A H M E D I A H U M A S



BADAN KOORDINASI
HUBUNGAN MASYARAKAT



DAFTAR ISI



DAFTAR ISI	03
TUJUAN	04
PESERTA	04
KATEGORI MEDIA YANG DILOMBAKAN	05
KETENTUAN LOMBA	06
KRITERIA PENILAIAN	07
KRITERIA UMUM	07
KRITERIA KHUSUS	08
SIARAN PERS / PEMBERITAAN	08
PENERBITAN MEDIA INTERNAL (INHOUSE MAGAZINE)	08
MEDIA SOSIAL (TWITTER, FACEBOOK YOUTUBE, DAN INSTAGRAM)	09
PELAYANAN INFORMASI MELALUI INTERNET	12
PAMERAN INSTANSI	14
TIM JURI	15
BATAS WAKTU PENGIRIMAN	15
PEMENANG AMH 2016	16



TUJUAN

1. Memberikan penghargaan atas prestasi hasil karya kehumasan Kementerian/Lembaga/Pemda/BUMN/dan PTN;
2. Menciptakan semangat kompetisi positif di lingkungan kehumasan yang berbasis kinerja;
3. Membangun kohesivitas dan sinkronisasi organisasi kehumasan pemerintah baik di tingkat pusat, provinsi, kabupaten dan kota, maupun di tingkat Lembaga, BUMN dan PTN;
4. Memberikan ruang dan peluang bagi peningkatan kualitas kinerja kehumasan;
5. Memperkuat peran BAKOHUMAS dalam melakukan diseminasi informasi terkait program pemerintah kepada masyarakat. 🌐



PESERTA

1. Humas Kementerian/Lembaga Negara/LPNK;
2. Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi/Kabupaten/Kota
3. Humas Pemerintah Provinsi/Kabupaten/Kota;
4. Humas Perguruan Tinggi Negeri, BUMN dan BUMD. 🌐

KATEGORI MEDIA YANG DILOMBAKAN



1. Siaran Pers / Pemberitaan
2. Penerbitan Media Internal (*Inhouse Magazine*)
3. Media Sosial
4. Pelayanan Informasi melalui internet (*Website*)
5. Stand Pameran Instansi
6. Selain kategori media humas yang dilombakan sebagaimana tersebut butir 1 s/d 5 di atas, penyelenggaraan AMH juga memberikan penghargaan kepada:

Insan/praktisi humas secara individu/personal yang memiliki integritas, kemampuan berkomunikasi, populer (berdasarkan polling dan masukan), cakap membangun hubungan kelembagaan dan hubungan media. 🏆



KETENTUAN LOMBA

1. Peserta **wajib** mengirimkan:

a. Siaran Pers / Pemberitaan

- Media cetak : min. 1 eksemplar dan/atau
- Media elektronik : 1 CD (video-audio), dan/atau
- Media online : *screen capture* hasil publikasi (cetak/flashdisk)
- Daftar pemuatan (nama media cetak dan tanggal pemuatan)

b. Penerbitan Media Internal (Inhouse Magazine) : 2 eksemplar

c. Media Sosial : 1 dokumen *screen capture Report Analytics* yang telah ditentukan, dengan periode 1 bulan terakhir dari media sosial yang dikompetisikan

d. Pelayanan Informasi melalui internet (Website) :

1 dokumen *screen capture* hasil Google Analytics yang menyajikan data : *sessions, users, page views, pages/sessions, avg. session duration, bounce rate, % new sessions, dan new visitor/returning visitor* selama 1 bulan terakhir dari situs yang dikompetisikan. Contoh *screen capture* seperti di bawah ini:
1 dokumen *screen capture* jika situs Kementerian / Lembaga telah memasang *Widget GPR* (opsional) untuk mendapatkan nilai tambah.

e. Pameran Instansi : formulir keikutsertaan

2. Media yang dilombakan adalah media yang dibuat/dilaksanakan oleh instansi bersangkutan

3. Peserta wajib mengisi formulir pendaftaran asli yang disediakan oleh panitia

4. Untuk kelancaran administrasi materi perlombaan, peserta dapat memberi tahu waktu pengiriman materi kepada panitia. 🗓️

KRITERIA PENILAIAN



KRITERIA UMUM

- Konten dari setiap kategori yang diikutsertakan harus sesuai dengan tema/kasus antara lain, sebagai berikut :
 - a. Reformasi Pelayanan Publik
 - b. ASIAN GAMES 2018
 - c. Gerakan Anti Narkoba
 - d. Pembangunan Infrastruktur
 - e. Penanganan Stunting
 - f. Pembangunan Karakter Bangsa
 - g. Dana Desa
 - h. Tanggap Bencana
 - i. Fatwa MUI tentang media sosial
 - j. Peraturan Perundang – Undangang tentang Organisasi Kemasyarakatan
 - k. Literasi Digital
 - l. UU Informasi dan Transaksi Elektronik
 - m. Melawan Hoax, Ujaran Kebencian dan Radikalisme
 - n. Ekonomi Digital (termasuk UMKM, e-Commerce, Start Up, Teknopreneur)
 - o. Tata Kelola Internet
 - p. Lainnya...

Catatan: Tema lainnya merupakan pilihan masing-masing K/L/D jika tema yang telah ditentukan di atas belum pernah didiseminasikan, maka dapat memilih tema program unggulan dari masing-masing K/L/D yang tidak bersifat seremonial.

- Kreativitas.
- Perspektif komunikasi publik 🌐

KRITERIA KHUSUS

1. *Siaran Pers / Pemberitaan*

Pembuatan dan pengiriman siaran pers yang telah dimuat di media umum (cetak, online, tv/radio) baik lokal maupun nasional bukan di media internal instansi terkait penanganan kasus atau penyampaian informasi kebijakan prioritas/potensi wilayah sejak Januari s.d. September 2017.

Siaran pers/pemberitaan yang dikirimkan cukup hanya satu tema saja, tidak perlu beberapa tema.

Indikator penilaiannya sebagai berikut:

- Kualitatif
 - √ Pengemasan konten press release / pemberitaan sesuai dengan tema di atas dan Program Unggulan K/L/D;
 - √ Nilai berita;
 - √ Teknik penulisan;
 - √ Estetika;
 - √ Etika.
- Kuantitatif
 - √ Jumlah pemuatan/placement/posting press release/ pemberitaan terkait tema/kasus dan program unggulan K/L/D di media massa mainstream (elektronik, cetak dan online);
 - √ Penempatan dan ukuran press release/pemberitaan terkait tema/kasus dan program unggulan K/L/D di media massa mainstream (elektronik, cetak dan online).

2. **Penerbitan Internal (Inhouse Magazine)**

- √ Isi/Substansi meliputi perspektif kehumasan, keterbukaan informasi, komposisi informasi, edukasi, opini dan hiburan, jenis rubrikasi dan kreativitas penulisan mencerminkan 2 (dua) aspek Mendiseminasikan program pemerintah pusat sesuai dengan tema yang telah ditentukan (Kriteria Umum

dan/atau membangun komunikasi dengan publik (merespon isu dan krisis).

- √ Teknik Pengerjaan meliputi cover (tata letak, warna, tipografi, identitas instansi), body copy, teknik penyuntingan gambar dan berita dan teknik foto (Kesesuaian dengan ide, nilai berita ditampilkan dalam foto, kualitas foto, dan kejelasan sumber dokumentasi).
- √ Disertai bukti fisik distribusi dan pengadaan (anggaran).
- √ Disertai bukti penerbitan dua edisi sebelumnya.

3. Media Sosial (Twitter, Facebook, Youtube dan Instagram)

- Twitter

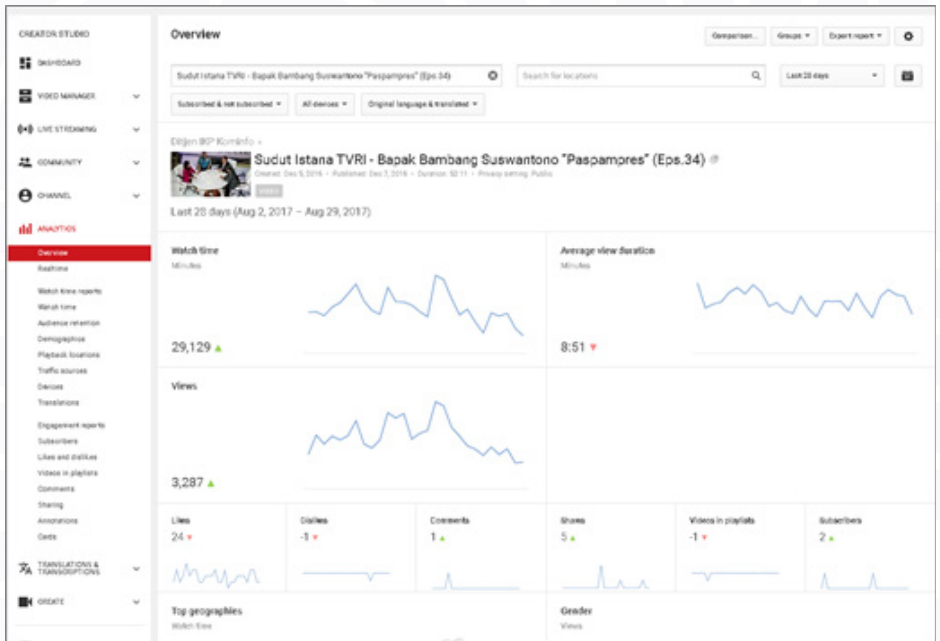
- √ Jumlah followers
- √ Etika dan Estetika
- √ Konten yang sesuai dengan tema di atas dan Program Unggulan K/L/D
- √ Report analytic pemuatan konten yang sesuai dengan tema di atas dan Program Unggulan K/L/D, masing-masing postingan diwakili satu screen capture.
- √ Misal:



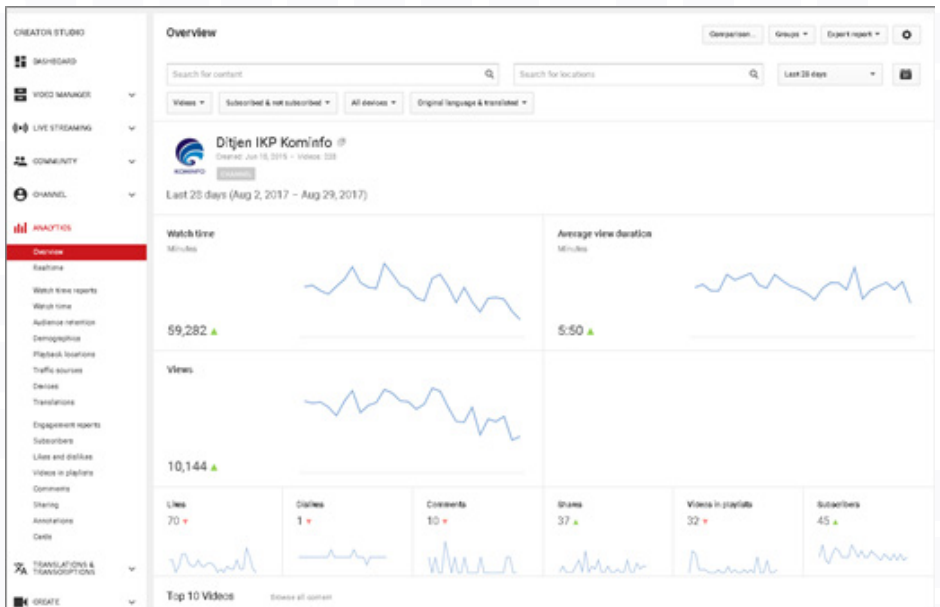
atau Dokumen screen capture hasil analitik dari Twitter <https://analytics.twitter.com> (atau indikator lainnya yang relevan sesuai dengan media sosial yang digunakan selama periode 1 (satu) bulan terakhir. Harap diingat, penilaian tidak berdasar pada sedikitbanyaknya jumlah follower. Contoh screen capture report analytic seperti di bawah ini:



- Facebook
 - ✓ Jumlah fan page
 - ✓ Konten yang sesuai dengan tema di atas dan Program Unggulan K/L/D
 - ✓ Etika dan Estetika
 - ✓ Report analytic pemuatan konten yang sesuai dengan tema di atas dan Program Unggulan K/L/D
- Youtube (opsional/nilai tambah)
 - ✓ Jumlah subscriber
 - ✓ Konten yang sesuai dengan tema di atas dan Program Unggulan K/L/D
 - ✓ Etika dan Estetika
 - ✓ Report analytic (per-video) pemuatan konten yang sesuai dengan tema di atas dan Program Unggulan K/L/D;



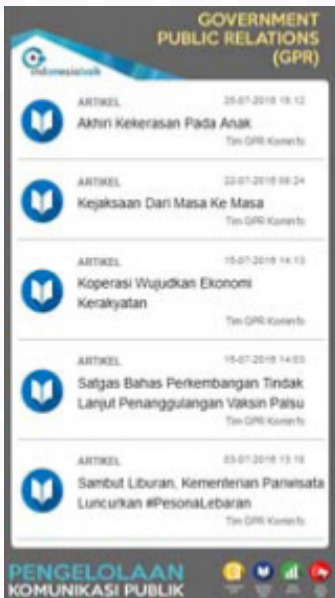
Atau hasil analytic page youtube 1(satu) bulan terakhir:



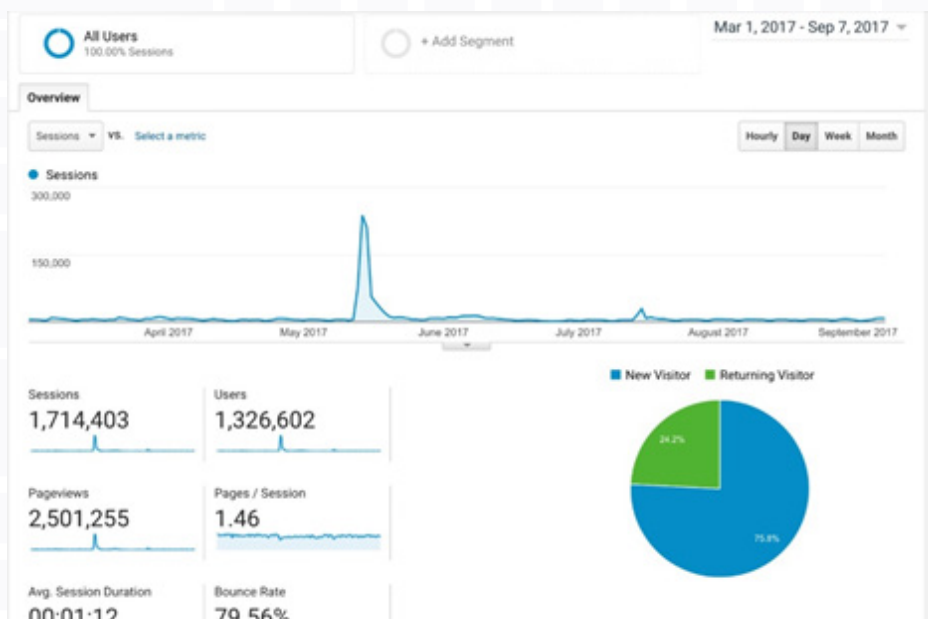
- Instagram (opsional/nilai tambah)
 - ✓ Jumlah follower
 - ✓ Konten yang sesuai dengan tema di atas dan Program Unggulan K/L/D
 - ✓ Etika dan Estetika
 - ✓ Report analytic pemuatan konten yang sesuai dengan tema di atas dan Program Unggulan K/L/D

4. Pelayanan Informasi Internet (Website)

- ✓ Desain yang memudahkan pembaca (wajib)
 1. *Komposisi*: keberimbangan visual yang proporsional dari sisi jumlah dan tata letak antar elemen teks dan visual (foto, infografis, video, dan sebagainya).
 2. *Navigasi*: kemudahan pengunjung mencari dan mendapatkan informasi.
 3. *Responsivitas*: tampilan situs yang dapat otomatis berubah (menyesuaikan) secara fleksibel berdasarkan screen gadget yang dipakai pembaca, semisal smartphone, tablet, laptop/PC, agar konten dapat nyaman diakses.
- ✓ Informasi yang Kontekstual dan Faktual
- ✓ Khusus bagi situs Instansi pemerintah baik pusat maupun daerah yang telah memasang Widget Government Public Relation (GPR) pada situs yang dimiliki, akan mendapatkan nilai tambah tersendiri dalam penilaian kompetisi AMH 2017.
- ✓ Untuk cara memasang GPR Widget dapat dibaca di <http://bit.ly/gprwidget>
- ✓ Contoh tampilan GPR Widget seperti di samping ini:



- √ Hasil Pengukuran Analitik (wajib)
- √ Lampirkan bukti hasil analitik untuk mengetahui kinerja situs menggunakan Google Analytics (<https://analytics.google.com>). Beberapa indikator yang signifikan dalam pengukuran analitik yang akan dinilai diantaranya: sessions, users, pageviews, pages/sessions, avg. session duration, bounce rate dan new vs returning visitors. Periode analitik yang akan dinilai adalah periode 1 (satu) bulan terakhir. Contoh screen capture Google Analytics (overview) di bawah ini:



4. Pameran Instansi

- **Merupakan produk unggulan, yakni:**

- √ Materi pameran merupakan produk kegiatan humas dan/ atau unit kerja lain di lingkungan satuan kerja pusat dan daerah;
- √ Bahan/benda pameran bisa dalam bentuk cetakan, audio-visual, dan produk-produk lain sebagai unggulan;
- √ Memiliki kesesuaian antara materi/benda pameran dengan bidang pekerjaan.

- **Memiliki daya tarik, yakni:**

- √ Materi/benda pameran dikemas sedemikian rupa sehingga menarik perhatian pengunjung;
- √ Booth design (disain boot/stand/ruangan) diselaraskan dengan ruang yang telah tersedia;
- √ Adanya keserasian lay-out/tata letak pameran dengan ruang dan materi yg dipamerkan (memperhatikan estetika dan keseimbangan tata letak);
- √ Memiliki Gimmick (benda/materi pameran yang menarik sebagai strategi/upaya/trik utk menarik perhatian pengunjung.

- **Kualitas pelayanan, yakni:**

- √ Materi pameran merupakan produk kegiatan humas dan/ atau unit kerja lain di lingkungan satuan kerja pusat dan daerah;
- √ Menempatkan/menugaskan petugas pameran (exhibition guide) yang komunikatif, berperilaku santun, ramah dan mampu memberikan penjelasan secara baik;
- √ Memberikan layanan informasi secara tepat, jelas, dan memadai terhadap materi yang dipamerkan;
- √ Secara keseluruhan dapat menunjukkan pesan visual yang informatif, baik dari aspek penempatan/ penyusunan materi/benda pamerannya, booth design nya, estetikanya, penempatan gimmick nya, maupun materi pamerannya itu sendiri;
- √ Memiliki kecukupan terhadap materi/benda pameran yang dipamerkan dan berkesesuaian dengan bidang pekerjaan. 🙄

TIM JURI

Penilaian terhadap karya humas dilakukan secara obyektif sesuai dengan kriteria penilaian lomba yang telah ditentukan oleh Panitia AMH dan Tim Juri yang berasal dari praktisi komunikasi, akademisi, insan media dan pakar kehumasan. 🌐

BATAS WAKTU PENGIRIMAN

Batas terakhir pengiriman materi lomba Anugerah Media Humas (AMH) 2017 selambat-lambatnya tanggal **2 November 2017** (cap pos). 🌐

LAMPIRAN SURAT KEPUTUSAN JURI ANUGERAH MEDIA HUMAS TAHUN 2016

NOMOR : 1 TAHUN 2016

TANGGAL : 18 NOVEMBER 2016

KATEGORI LOMBA PENERBITAN MEDIA INTERNAL**A. KELOMPOK: KEMENTERIAN/LEMBAGA PUSAT, BUMN (D), & PERGURUAN TINGGI****Diikuti oleh 65 Instansi**

NO	NAMA PESERTA	KEDUDUKAN
1	Kementerian Keuangan	Terbaik I
2	Universitas Indonesia	Terbaik II
3	Kementerian ESDM	Terbaik III

B. KELOMPOK: PEMERINTAH PROVINSI/KABUPATEN/KOTA**Diikuti oleh 75 Instansi**

NO	NAMA PESERTA	KEDUDUKAN
1	Provinsi Sumatera Selatan	Terbaik I
2	Provinsi DKI Jakarta	Terbaik II
3	Kota Surabaya	Terbaik III

KATEGORI LOMBA LAPORAN TAHUNAN KINERJA HUMAS TAHUN 2015**A. KELOMPOK: KEMENTERIAN/LEMBAGA PUSAT, BUMN (D), & PERGURUAN TINGGI****Diikuti oleh 26 Instansi**

NO	NAMA PESERTA	KEDUDUKAN
1	Kementerian Keuangan	Terbaik I
2	Kementerian Perhubungan	Terbaik II
3	Kementerian Ketenagakerjaan	Terbaik III

B. KELOMPOK: PEMERINTAH PROVINSI/KABUPATEN/KOTA**Diikuti oleh 22 Instansi**

NO	NAMA PESERTA	KEDUDUKAN
1	Kota Tangerang	Terbaik I
2	Dinas Kominfo Kota Bandung	Terbaik II
3	Kota Bogor	Terbaik III

KATEGORI LOMBA PELAYANAN INFORMASI MELALUI INTERNET

A. KELOMPOK: KEMENTERIAN/LEMBAGA PUSAT, BUMN (D), & PERGURUAN TINGGI

Diikuti oleh 55 Instansi

NO	NAMA PESERTA	KEDUDUKAN
1	Kementerian Pemuda dan Olahraga	Terbaik I
2	Kementerian ESDM	Terbaik II
3	Badan Pusat Statistik	Terbaik III

B. KELOMPOK: PEMERINTAH PROVINSI/KABUPATEN/KOTA

Diikuti oleh 54 Instansi

NO	NAMA PESERTA	KEDUDUKAN
1	Provinsi Aceh	Terbaik I
2	Kota Batu	Terbaik II
3	Kabupaten Jember	Terbaik III

KATEGORI LOMBA ADVERTORIAL

A. KELOMPOK: KEMENTERIAN/LEMBAGA PUSAT, BUMN (D), & PERGURUAN TINGGI

Diikuti oleh 38 Instansi

NO	NAMA PESERTA	KEDUDUKAN
1	PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero)	Terbaik I
2	KemRisTek DikTi	Terbaik II
3	Mahkamah Konstitusi	Terbaik III

B. KELOMPOK: PEMERINTAH PROVINSI/KABUPATEN/KOTA

Diikuti oleh 45 Instansi

NO	NAMA PESERTA	KEDUDUKAN
1	Dinas Kominfo Kota Bandung	Terbaik I
2	Provinsi Jawa Barat	Terbaik II
3	Kabupaten Bulungan	Terbaik III

KATEGORI LOMBA CINDERAMATA UTAMA

A. KELOMPOK: KEMENTERIAN/LEMBAGA PUSAT, BUMN (D), & PERGURUAN TINGGI

Diikuti oleh 43 Instansi

NO	NAMA PESERTA	KEDUDUKAN
1	Kementerian Pariwisata	Terbaik I
2	Mahkamah Konstitusi	Terbaik II
3	Universitas Padjadjaran	Terbaik III

B. KELOMPOK: PEMERINTAH PROVINSI/KABUPATEN/KOTA

Diikuti oleh 31 Instansi

NO	NAMA PESERTA	KEDUDUKAN
1	Provinsi Jawa Timur	Terbaik I
2	Kota Ambon	Terbaik II
3	Kota Salatiga	Terbaik III

KATEGORI LOMBA PROFIL LEMBAGA HUMAS

A. KELOMPOK: KEMENTERIAN/LEMBAGA PUSAT, BUMN (D), & PERGURUAN TINGGI

Diikuti oleh 43 Instansi

NO	NAMA PESERTA	KEDUDUKAN
1	Kementerian Pariwisata	Terbaik I
2	Kementerian Ketenagakerjaan	Terbaik II
3	Mahkamah Konstitusi	Terbaik III

B. KELOMPOK: PEMERINTAH PROVINSI/KABUPATEN/KOTA

Diikuti oleh 22 Instansi

NO	NAMA PESERTA	KEDUDUKAN
1	Dinas Kominfo Kota Pare-Pare	Terbaik I
2	Provinsi Bali	Terbaik II
3	Kota Magelang	Terbaik III

KATEGORI PAMERAN**Diikuti oleh 21 Instansi**

A. TERBAIK

NO	NAMA PESERTA	KEDUDUKAN
1	Bank Indonesia	Terbaik I
2	Kementerian Keuangan	Terbaik II
3	Sekretariat Kabinet	Terbaik III

B. TERBAIK HARAPAN

NO	NAMA PESERTA	KEDUDUKAN
1	Provinsi Jawa Barat	Terbaik I
2	Kementerian Pariwisata	Terbaik II
3	Kementerian Pertanian	Terbaik III



KOMINFO



**BADAN KOORDINASI
HUBUNGAN MASYARAKAT**

SEKRETARIAT PENDAFTARAN

Subdit Kemitraan Pemerintah, Lembaga Negara dan Pemda (KPLNPD)
Direktorat Kemitraan Komunikasi
Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik

Lantai 1, Gedung Belakang
Kementerian Komunikasi dan Informatika
JL. Medan Merdeka Barat No.9, Jakarta Pusat
Telp/Fax : 021-3857974, 3841972
Email : bakohumas@mail.kominfo.go.id

Twitter : @bakohumas/@djikp

IG : @bakohumas/@djikp

Facebook : @djikp

Youtube : @djikp

NARAHUBUNG:

- Hariadi Agung (081317308385)
- Angki K. Dewi (081219531737)
- Riski Lustiono (081213183413)
- Rolll (082123538567)
- Duhita Mardiana (087878691585)
- Jabbar Saputra (082123374695)
- Shanty Verawati Elfrida (0812 8483 2376)