

PEDOMAN AMH 2025

ANUGERAH MEDIA HUMAS



1. Memberikan penghargaan atas hasil karya humas pemerintah di seluruh Indonesia.
2. Menciptakan semangat kompetisi dan kolaborasi di lingkungan humas yang berbasis kinerja.
3. Meningkatkan kualitas kinerja humas pemerintah dalam melakukan komunikasi publik.

PESERTA

1. Humas Kementerian/Lembaga
2. Humas BUMN dan BUMD
3. Humas Perguruan Tinggi Negeri
4. Pemerintah Daerah Provinsi
5. Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota

KLASIFIKASI PEMENANG

1. Kementerian/Lembaga, BUMN, dan BUMD
2. Perguruan Tinggi Negeri
3. Pemerintah Daerah Provinsi/Kabupaten/Kota

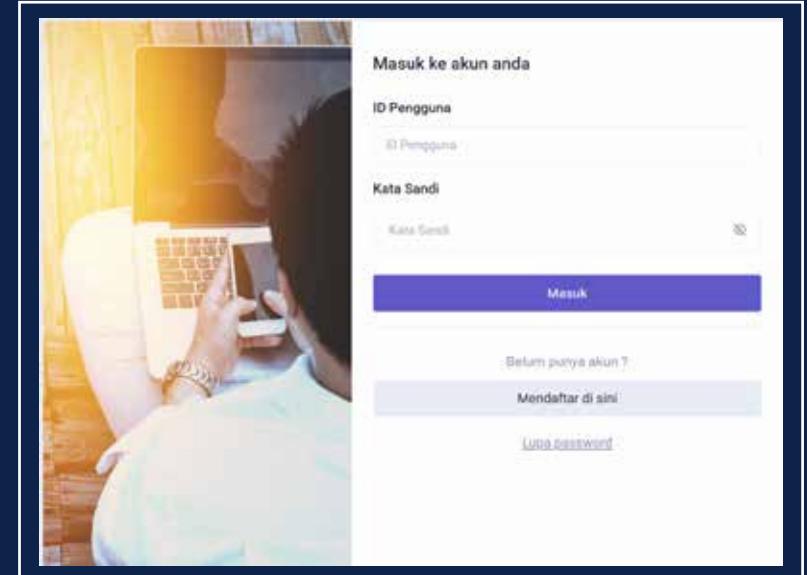
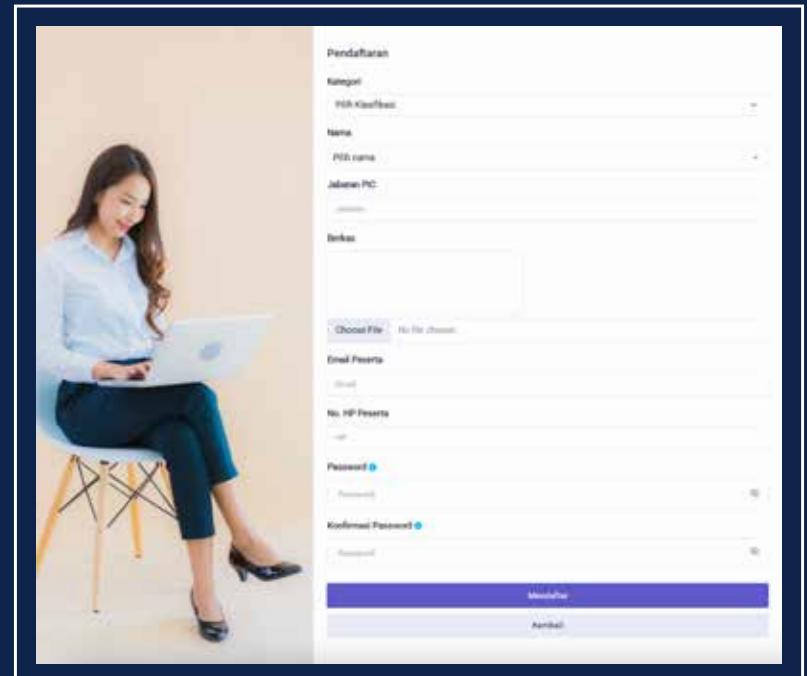
KATEGORI LOMBA

1. Siaran Pers (Media Online)
2. Media Sosial
3. Website
4. Kampanye Komunikasi Publik
5. Penerbitan Media Internal (Inhouse Magazine)
6. Media Audiovisual

KETENTUAN LOMBA

Ketentuan Umum

1. Peserta wajib melakukan pendaftaran dengan mengisi data instansi dan mengunggah formulir pendaftaran untuk mendapatkan **user ID** dan **password** melalui tautan <https://anugerahmediahumas.id> paling lambat 30 September 2025, dengan tahapan sebagai berikut:
 - a. Setelah melakukan pendaftaran, Panitia akan memverifikasi data, maksimal 3 (tiga) hari kerja.
 - b. Setelah lolos verifikasi, peserta dapat mengirimkan seluruh materi yang diikutsertakan.
 - c. Pengunggahan materi seluruh kategori hanya dapat dilakukan sekaligus pada waktu yang bersamaan dan tidak dapat diulang. Batas waktu pengunggahan paling lambat 28 Oktober 2025.
 - d. Hanya ada satu penanggung-jawab dan/atau narahubung dari setiap instansi.



2. Formulir registrasi dapat diperoleh melalui tautan tautan <https://s-komdigi.go.id/PedomanAMH2025>. Formulir tersebut wajib ditandatangani oleh Pimpinan Instansi dan diberikan stempel resmi instansi.
3. Media yang dilombakan adalah media yang dibuat/dilaksanakan oleh instansi bersangkutan.
4. Jumlah dokumen per kategori yang dikirimkan harus sesuai dengan ketentuan khusus. Apabila tidak sesuai dengan ketentuan, maka panitia berhak mendiskualifikasi keikutsertaan pada kategori tersebut.
5. Pastikan menerima email notifikasi setelah berhasil melakukan proses pendaftaran.

KETENTUAN LOMBA

Ketentuan Khusus

1. **Siaran Pers (Media Online)**

- Satu dokumen materi/naskah asli siaran pers (bukan berita yang sudah dimuat di media) terkait dengan tema yang ada pada kriteria umum, disertai dengan *screen capture* hasil publikasi dan daftar pemuatan berisi nama media online, tanggal pemuatan dan tautan berita.

2. **Media Sosial**

- Wajib memilih hanya satu platform media sosial (Instagram, TikTok atau Youtube *Short*) yang dilombakan.
- Satu dokumen *screen capture* dan satu tautan konten terbaik untuk satu platform media sosial yang diikutsertakan, beserta data analitik/*insight* dari konten yang sudah dimuat sesuai tema yang ada pada kriteria umum.

3. Website

- Tautan atau link website yang dikompetisikan dengan penulisan benar dan teliti, serta dapat diakses.
- Satu dokumen dalam format PDF berisi ***screen capture*** halaman depan utuh website pada perangkat desktop (laptop/PC) dan smartphone yang sudah dipasang GPR Widget dan terlihat jelas dari halaman depan.
- Satu dokumen dalam format PDF berisi ***screen capture*** hasil Analytics (<https://analytics.google.com>) dengan resolusi tinggi selama satu bulan terakhir dari situs yang dikompetisikan, memuat: pageviews, jumlah share, komentar, rating, pengguna dokumen, tayangan konten, atau interaksi lainnya.
- Satu dokumen dalam format PDF berisi ***screen capture*** halaman website instansi yang memuat Laporan Keuangan Instansi.
- Tautan atau ***link*** yang mengarahkan pada halaman Laporan Keuangan Terbaru dan dapat dengan mudah diakses dari ***homepage***.

4. Kampanye Komunikasi Publik

- Satu dokumen Kampanye Komunikasi Publik terbaik yang telah dilakukan dan diukur dampaknya, berisi paling tidak tiga tahapan yaitu perencanaan strategi komunikasi, implementasi program serta pemantauan dan evaluasi pelaksanaan program.
- Kampanye Komunikasi Publik dapat berupa gerakan sosial, penyelenggaraan acara khusus, advokasi, aplikasi, dan berbagai macam inisiatif program lainnya yang dilaksanakan melalui berbagai jenis media.
- Dokumen disampaikan dalam format .pdf.

5. Penerbitan Media Internal (Inhouse Magazine)

- Satu edisi penerbitan media internal dalam bentuk majalah/tabloid/bulletin/newsletter/dan sejenisnya dalam format .pdf/.apps/website/cetak yang memuat tema sesuai pada kriteria umum. Jika berbentuk .apps atau website, wajib menyeretkan tautan edisi yang diikutsertakan.
- Satu dokumen dalam format .pdf berisi informasi khalayak sasaran dan jumlah viewers dan/atau pengunduh jika dalam bentuk **e-magazine** atau jumlah eksemplar yang didistribusikan jika dalam bentuk cetak.

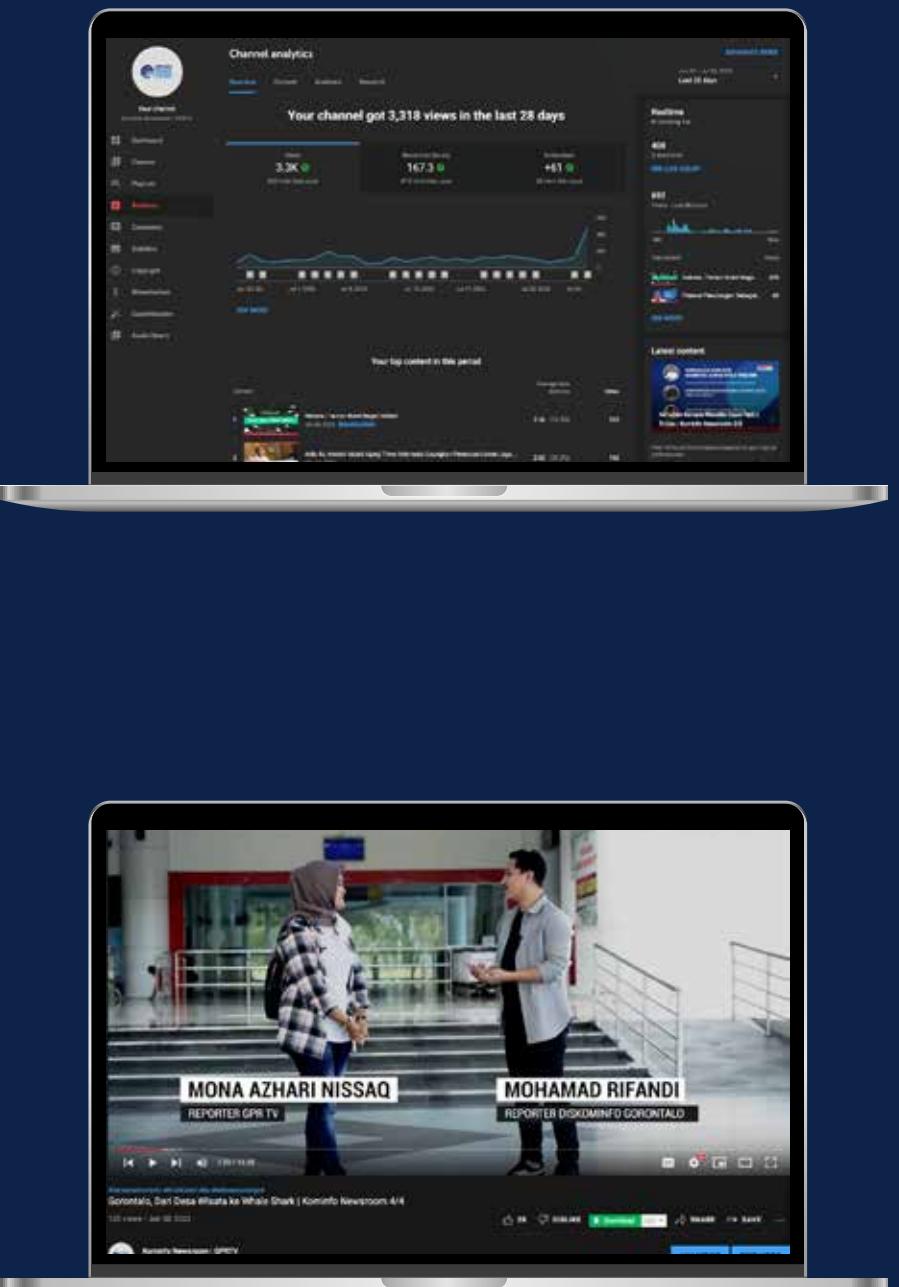
6. Media Audiovisual

Dokumen disampaikan dalam format .pdf berisi:

- Tautan satu video terkait dengan tema yang ada pada kriteria umum,

- **Screen capture** kanal publikasi dengan resolusi tinggi, berisi:
 - Nama kanal Youtube,
 - **Analytics** kanal Youtube

- **Screen capture** konten terpublikasi
 - Thumbnail video,
 - Judul, views, dan tanggal publikasi



- Durasi minimal 1 menit, maksimal 10 menit untuk satu judul.
- Resolusi minimal HD 720p.
- Kriteria konten: **Hardnews, feature, dialog, dokumenter, dan podcast.**

KRITERIA PENILAIAN

Kriteria Umum

1. Konten dari setiap kategori yang diikutsertakan harus terkait tema Asta Cita Wujudkan Indonesia Emas 2045, dengan subtema sebagai berikut:

A. Peningkatan SDM Berkualitas:

- Akses Pendidikan
- Layanan Kesehatan
- Perlindungan Sosial
- Pemberdayaan Perempuan, Anak, dan Pemuda

B. Ekonomi Inklusif dan Berkelanjutan

- Penguatan UMKM
- Industrialisasi Hijau
- Kemandirian Energi

C. Pembangunan Wilayah Merata

- Desa Maju
- Konektivitas Infrastruktur
- Pengembangan Kawasan Perbatasan

D. Pelestarian Lingkungan dan Ketahanan Iklim

- Energi Terbarukan
- Pengelolaan SDA Berkelanjutan
- Adaptasi dan Mitigasi Perubahan Iklim
- Penguatan Konservasi dan Ekowisata

E. Reformasi Birokrasi dan Hukum

- Transformasi Pelayanan Publik
- Pemberantasan Korupsi
- Penguatan Sistem Hukum dan Peradilan

F. Demokrasi dan HAM

- Demokrasi Partisipatif
- Perlindungan HAM
- Penegakan Hukum Adil dan Setara
- Pemilu Transparan dan Berintegritas

G. Ketahanan Budaya dan Karakter Bangsa

- Revitalisasi Nilai Budaya
- Penguatan Identitas dan Jati Diri Bangsa
- Ekonomi Kreatif dan Pariwisata
- Toleransi Sosial dan Keberagaman

H. Peran Global Indonesia

- Diplomasi Aktif
- Penguatan Kerja Sama Ekonomi Regional
- Perlindungan WNI
- Komitmen Perdamaian Global

2. Hasil karya humas pemerintah untuk tema-tema di atas juga perlu memperhatikan beberapa aspek sebagai berikut:

- Kreativitas
- Etika dan Estetika
- Perspektif Komunikasi Publik

3. Periode pembuatan materi atau pelaksanaan program adalah Januari sampai dengan September 2025

KRITERIA PENILAIAN

Kriteria Khusus

1. Siaran Pers (Media Online)

Materi/naskah Siaran Pers yang telah dimuat di media online baik lokal maupun nasional (bukan di media internal instansi) sesuai tema yang terdapat pada kriteria umum.

Indikator penilaiannya adalah sebagai berikut:

- Kualitas konten (angle/sudut berita, judul, narasumber, kelengkapan data, foto dan elemen pendukung lainnya)
- Nilai berita
- Teknik penulisan
- Estetika (tata letak dan desain)
- Sebaran publikasi siaran pers
- Judul harus ramah SEO

2. Media Sosial

Indikator penilaiannya adalah sebagai berikut:

Kualitas Konten

- Gabungan dari: Kreativitas, Kejelasan, Relevansi, dan Kebermanfaatan untuk Publik
- Kreativitas Ide dan Eksekusi : Apakah konten menyajikan ide yang segar, tidak klise, dan dikemas secara visual/cerita yang menarik?
- Kejelasan Narasi dan Struktur : Apakah pesan utama tersampaikan dengan runtut, lugas, dan mudah dipahami publik?

- elevansi dengan Isu Publik : Apakah topik konten sesuai dengan kebutuhan, keresahan, atau kepentingan masyarakat saat ini?
- Kebermanfaatan Praktis : Apakah konten mengedukasi, memecahkan masalah, atau memberi inspirasi konkret?

Engagement Rate

- Gabungan dari: ***Engagement Rate*** + makna interaksi
- ***Engagement Rate*** Terukur : Rasio like, share, comment, save terhadap jumlah ***follower/subscriber*** (lampirkan data pendukung).
- Kualitas Interaksi : Apakah komentar menunjukkan bahwa konten dipahami, ditanggapi serius, atau mendorong diskusi sehat?
- Distribusi Organik dan Respon Tokoh Publik : Apakah konten mendapat reaksi, repost, atau dukungan dari akun lain (media lokal, tokoh, komunitas)?

Kualitas Respons Admin

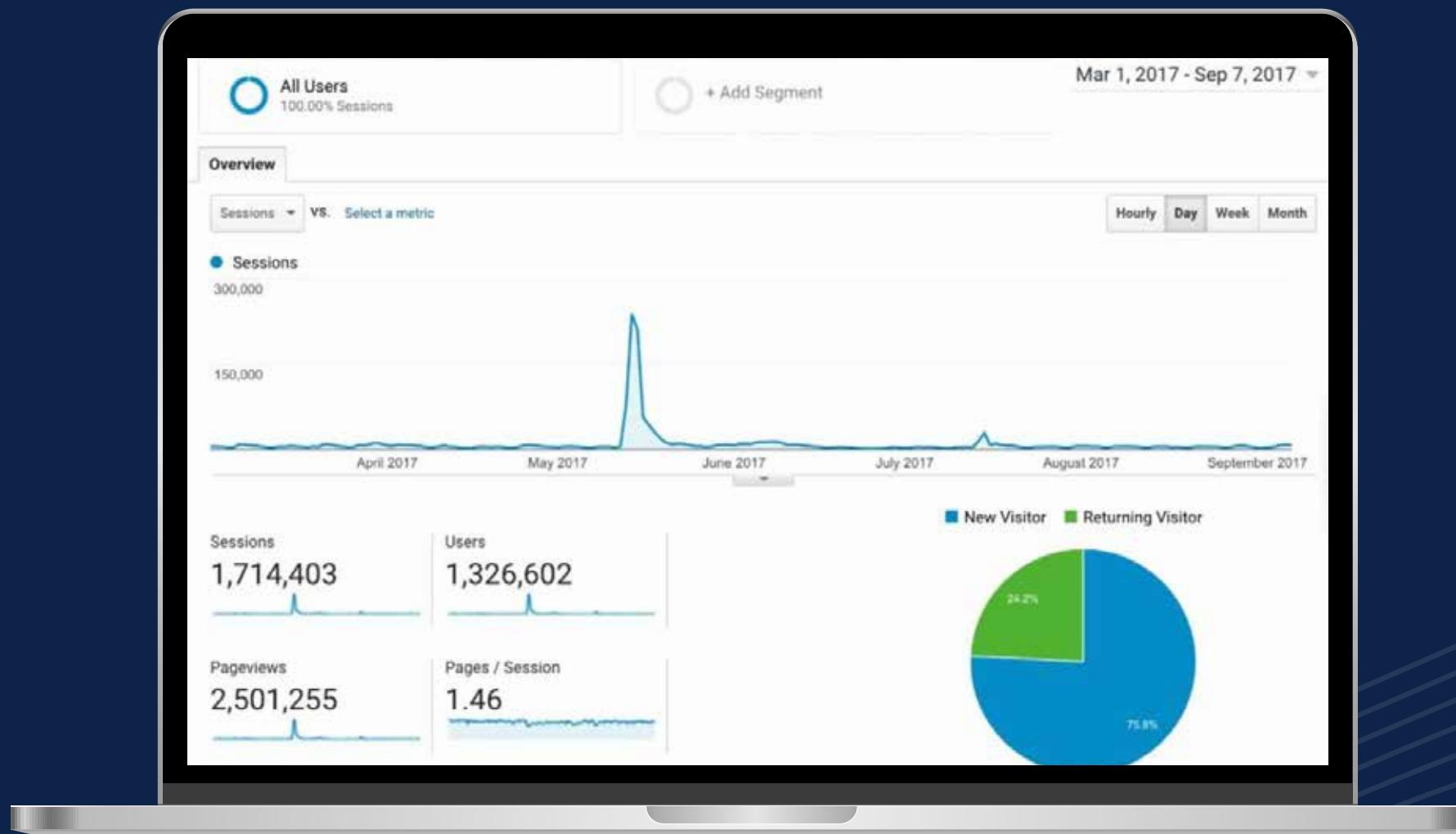
- Gabungan dari: Responsif, empatik, dan melayani publik
- Kecepatan Respons : Seberapa cepat admin menanggapi pertanyaan/keluhan warga?
- Kualitas dan Isi Respons : Apakah jawaban membantu, jelas, dan sesuai konteks? Apakah admin menyampaikan solusi, bukan sekadar "Terima kasih atas masukannya"?
- Nada Komunikasi : Apakah gaya bahasa admin ramah, inklusif, dan mencerminkan wajah pemerintah yang melayani?

3. Website

Website resmi utama yang dikelola secara berkala oleh instansi. Indikator penilaianya adalah sebagai berikut:

- Estetika dan Perwajahan Website mengacu pada keseimbangan elemen visual dan teks, keterbacaan, serta responsivitas di berbagai perangkat.
- Navigasi dan Aksesibilitas mempertimbangkan kemudahan penggunaan dan akses bagi semua kalangan termasuk kaum disabilitas.
- Kualitas Konten yaitu terkait pemilihan judul, kejelasan, relevansi, kreativitas, dan kebermanfaatan konten untuk publik.
- Konsistensi Update terlihat dari frekuensi pembaruan konten yang teratur.
- Performa dan Sebaran (Eksposur) mengacu pada pageviews. Periode analitik yang masuk dalam kriteria penilaian adalah minimal Januari – September 2025. Engagement pengakses seperti jumlah interaksi pengguna terhadap konten, seperti likes, komentar, share, pengunduhan dokumen, atau feedback publik.

Contoh *screen capture* Google Analytics (overview) di bawah ini:



Syarat Wajib Mengikuti Lomba:

Khusus bagi website instansi pemerintah baik pusat maupun daerah yang akan dilombakan, wajib sudah melakukan migrasi domain GPR Widget dan mudah untuk dilihat dari halaman depan. Adapun untuk cara melakukan migrasi domain GPR Widget dapat dibaca di <https://s.komdigi.go.id/panduan-widget-gpr>.

**Contoh tampilan
GPR Widget
seperti di bawah ini:**



- Setiap website yang dilombakan, wajib memberikan tautan atau banner khusus pada halaman depan untuk memudahkan pengunjung mengakses/mengunduh/membaca Laporan Keuangan Terbaru. Hal ini merupakan implementasi dari UU Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik

4. Kampanye Komunikasi Publik

Indikator penilaian kategori ini menitikberatkan pada tiga tahap yaitu perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Selain itu, beberapa aspek yang menjadi kriteria penilaian dari kategori ini adalah sebagai berikut:

- Kedalaman dan kelengkapan analisis
- Ketepatan identifikasi masalah komunikasi
- Ketepatan strategi dan taktik komunikasi dengan tujuan dan sasaran komunikasi publik
- Kesesuaian pemantauan dan evaluasi komunikasi publik dengan tujuan
- Kreativitas dan prinsip

5. Penerbitan Media Internal (Inhouse Magazine)

Majalah yang diproduksi oleh instansi dan didistribusikan baik di lingkup internal dan eksternal. Indikator penilaianya adalah sebagai berikut:

Konten:

- Kesesuaian tema
- Kualitas laporan utama
- Ketepatan rubrikasi
- Kualitas bahasa dan penulisan artikel

Kreativitas dan Estetika:

- Visual cover
- Desain dan tata letak
- Kualitas foto
- Kualitas infografis

Etika:

- Kepatuhan pada kode etik jurnalistik dalam artikel
- Kejelasan susunan redaksi
- Keberadaan kredit foto dan tulisan

Digital dan Inklusivitas:

- Keberadaan fitur audio untuk kelompok difabel
- Keberadaan fitur *QR code* untuk menyambung akses digital
- Keberadaan rubrik mengenai kelompok marginal

Audiens:

- Kesesuaian target audiens dengan kebutuhan lembaga
- Jumlah oplah/pengunduh
- Efektivitas mekanisme distribusi ke target audiens
- Keberadaan rubrik untuk interaksi dengan pembaca

6. Media Audiovisual

Konten audiovisual yang diproduksi oleh instansi dan dipublikasikan melalui kanal Youtube resmi instansi.

Indikator penilaianya adalah sebagai berikut:

- Kemasan konten (Kreativitas, keunikan dan inovasi)
- Teknik (Komposisi kamera, kualitas audio, dan grafis)
- Kualitas informasi (Edukasi, narasumber yang tepat, menggunakan data penunjang yang tepat, dan informasi relevan dengan target audience)
- Tingkat keaktifan akun (Rutin update konten)

TIM JURI

Penilaian terhadap karya humas dilakukan secara obyektif sesuai dengan kriteria penilaian lomba yang telah ditentukan oleh Tim Juri yang berasal dari praktisi media sosial, jurnalis, dan akademisi.

BATAS WAKTU PENGIRIMAN

Batas waktu pengiriman materi lomba AMH 2025 paling lambat 28 Oktober 2025.

PEMENANG AMH 2024

1. Kategori Siaran Pers (Media Online)

K/L, BUMN, dan BUMD

Terbaik I: Bank Indonesia².

Terbaik II: Kemenko Bid. Ekon

Terbaik III: Kemhan

Perguruan Tinggi Negeri

Terbaik I: ITS

Terbaik II: UGM

Terbaik III: ITB

Pemerintah Prov/Kab/Kota

Terbaik I: Prov. DKI Jakarta

Terbaik II: Kab. Bone Bolango

Terbaik III: Kota Surabaya

2. Kategori Media Sosial

K/L, BUMN, dan BUMD

Terbaik I: Kemen ESDM

Terbaik II: Kemenkumham

Terbaik III: BPOM

Perguruan Tinggi Negeri

Terbaik I: Unair

Terbaik II: IPB

Terbaik III: UI

Pemerintah Prov/Kab/Kota

Terbaik I: Kota Madiun

Terbaik II: Kab. Sumedang

Terbaik III: Prov. Jatim

3. Kategori Website

K/L, BUMN, dan BUMD

- Terbaik I: BPS
- Terbaik II: PT Telkom
- Terbaik III: Kemnaker

Perguruan Tinggi Negeri

- Terbaik I: Unair
- Terbaik II: Unpad
- Terbaik III: UGM

Pemerintah Prov/Kab/Kota

- Terbaik I: Prov. DKI Jakarta
- Terbaik II: Prov. Jabar
- Terbaik III: Kota Bandung

4. Kategori Kampanye Komunikasi Publik

K/L, BUMN, dan BUMD

- Terbaik I: Kementan
- Terbaik II: Kemnaker
- Terbaik III: PT Telkom

Perguruan Tinggi Negeri

- Terbaik I: ITS
- Terbaik II: IPB
- Terbaik III: Unair

Pemerintah Prov/Kab/Kota

- Terbaik I: Prov. Riau
- Terbaik II: Kota Malang
- Terbaik III: Kota Bandung

5. Kategori Penerbitan Media Internal (*Inhouse Magazine*)

K/L, BUMN, dan BUMD

Terbaik I: KKP

Terbaik II: BI

Terbaik III: PT Telkom

Perguruan Tinggi Negeri

Terbaik I: Unair

Terbaik II: Unpad

Terbaik III: IPB

Pemerintah Prov/Kab/Kota

Terbaik I: Prov. DKI Jakarta

Terbaik II: Kab. Banyuwangi

Terbaik III: Prov. Jatim

6. Kategori Media Audiovisual

K/L, BUMN, dan BUMD

Terbaik I: BI

Terbaik II: Kemendikbudristek

Terbaik III: BIG

Perguruan Tinggi Negeri

Terbaik I: ITB

Terbaik II: UPI

Terbaik III: IPB

Pemerintah Prov/Kab/Kota

Terbaik I: Kab. Gunung Kidul

Terbaik II: Prov. Kep. Babel

Terbaik III: Prov. Jabar

I. Terbaik Klasifikasi K/L, BUMN, dan BUMD: Bank Indonesia

II. Terbaik Klasifikasi PTN: Universitas Airlangga

III. Terbaik Klasifikasi Pemerintah Prov/Kab/Kota: Provinsi DKI Jakarta



Direktorat Kemitraan Komunikasi Lembaga dan Kehumasan

Lantai 3, Gedung Belakang Kementerian Komunikasi dan Digital
Jl. Medan Merdeka Barat No. 9, Jakarta Pusat

NARAHUBUNG

Kategori Siaran Pers

Icut (0813-8045-2961)

Kategori Media Sosial

**Mochamad Ridha
(0822-8888-3547)**

Kategori Website

**Silvia Ardita
(0822-1035-0192)**

Kategori Kampanye Komunikasi Publik

**Duhita Mardiana
(0813-8577-6556)**

**Kategori Penerbitan Media Internal
(Inhouse Magazine)**

**Yosep Krisna
(0857-0246-8660)**

Kategori Media Audiovisual

**Harry Yassir Elhadidy Siregar
(0823-1092-8230)**