



**SEKRETARIS MAHKAMAH AGUNG
REPUBLIK INDONESIA**

**KEPUTUSAN SEKRETARIS MAHKAMAH AGUNG
REPUBLIK INDONESIA**

NOMOR : 14106/SEK/SK.HM1.1/X/2026

TENTANG

**PEDOMAN PENGELOLAAN MEDIA MASSA DAN MEDIA SOSIAL
DI LINGKUNGAN MAHKAMAH AGUNG
DAN BADAN PERADILAN YANG BERADA DI BAWAHNYA**

SEKRETARIS MAHKAMAH AGUNG REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang : a. bahwa untuk meningkatkan kredibilitas dan transparansi badan peradilan guna terwujudnya badan peradilan yang agung perlu adanya pengelolaan media massa dan media sosial yang profesional, efektif, dan selaras dengan prinsip independensi peradilan, keterbukaan informasi publik, pelayanan publik, perlindungan data pribadi serta etika komunikasi lembaga peradilan;
- b. bahwa untuk mewujudkan pengelolaan media massa dan media sosial yang optimal di lingkungan Mahkamah Agung dan Badan Peradilan yang berada di bawahnya perlu mengatur pengelolaan media massa dan media sosial secara efektif, terintegrasi, dan bertanggung jawab;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Keputusan Sekretaris Mahkamah Agung Republik Indonesia tentang Pedoman Pengelolaan Media Massa dan Media Sosial di

Lingkungan Mahkamah Agung dan Badan Peradilan yang Berada di Bawahnya;

- Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1985 tentang Mahkamah Agung sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2009 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1985 tentang Mahkamah Agung;
 2. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers;
 3. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran;
 4. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik;
 5. Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 tentang Kekuasaan Kehakiman;
 6. Undang-Undang Nomor 77 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi;
 7. Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik;
 8. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah;
 9. Keputusan Ketua Mahkamah Agung Nomor 2-144/KMA/SK/VIII/2022 tentang Standar Pelayanan Informasi Publik di Pengadilan;

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan :
- KEPUTUSAN SEKRETARIS MAHKAMAH AGUNG REPUBLIK INDONESIA TENTANG PEDOMAN PENGELOLAAN MEDIA MASSA DAN MEDIA SOSIAL DI LINGKUNGAN MAHKAMAH AGUNG DAN BADAN PERADILAN YANG BERADA DI BAWAHNYA.

- KESATU : Menetapkan Pedoman Pengelolaan Media Massa dan Media Sosial di Lingkungan Mahkamah Agung dan Badan Peradilan yang Berada di Bawahnya sebagaimana tercantum dalam Lampiran I yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari keputusan ini.
- KEDUA : Menetapkan Standar Operasional Prosedur Publikasi Media Sosial sebagaimana tercantum dalam Lampiran II yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari keputusan ini.
- KETIGA : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini, akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Jakarta
Pada 9 Oktober 2026



Ditandatangani secara elektronik oleh:
Plt. Sekretaris Mahkamah Agung RI

Sobandi

Salinan keputusan ini disampaikan kepada:

1. Ketua Mahkamah Agung RI;
2. Para Wakil Ketua Mahkamah Agung RI;
3. Ketua Kamar Pembinaan Mahkamah Agung RI;
4. Panitera Mahkamah Agung RI;
5. Para Pejabat Pimpinan tinggi Madya pada Mahkamah Agung RI;
6. Para Ketua/Kepala Pengadilan Tingkat Banding pada 4 (empat) lingkungan peradilan; dan
7. Para Ketua/Kepala Pengadilan Tingkat Pertama pada 4 (empat) lingkungan peradilan.

LAMPIRAN I
KEPUTUSAN SEKRETARIS MAHKAMAH AGUNG
REPUBLIK INDONESIA
NOMOR : 14106/SEK/SK.HM1.1/X/2026
TANGGAL : 9 Oktober 2026

PEDOMAN PENGELOLAAN MEDIA MASSA DAN MEDIA SOSIAL
DI LINGKUNGAN MAHKAMAH AGUNG DAN BADAN PERADILAN
YANG BERADA DI BAWAHNYA

A. KETENTUAN UMUM

1. Media Massa adalah sarana dan saluran resmi di lingkungan Mahkamah Agung dan badan peradilan yang berada di bawahnya, baik cetak maupun digital sebagai alat untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat.
2. Media Sosial adalah media berbasis internet yang bersifat terbuka, yang memungkinkan para penggunanya berinteraksi, berpartisipasi, berdiskusi, berkolaborasi, serta berbagi informasi.
3. Pengadilan adalah Mahkamah Agung dan pengadilan tingkat pertama dan tingkat banding pada 4 (empat) lingkungan badan peradilan.
4. Unit Kerja adalah organisasi kepaniteraan dan kesekretariatan pada Mahkamah Agung.
5. Aparatur Peradilan adalah hakim, aparatur sipil negara, prajurit TNI/anggota Polri di lingkungan Mahkamah Agung dan badan peradilan di bawahnya.
6. Tim Pengelola Media Massa dan Media Sosial adalah tim yang dibentuk untuk melaksanakan pengelolaan informasi, pemeliharaan, dan pengawasan Media Massa dan Media Sosial.
7. Konten adalah informasi yang terdiri dari teks, audio, visual, maupun audiovisual yang diproduksi dan diperuntukkan untuk kepentingan aktivitas kehumasan di Media Massa dan Media Sosial.
8. Artikel adalah karya tulis yang memuat informasi, gagasan, pendapat, atau analisis mengenai suatu topik tertentu yang diproduksi untuk kepentingan aktivitas kehumasan.
9. Takarir adalah penjelasan atau catatan yang ada dalam tubuh konten atau bersama konten sebagai keterangan tambahan konten visual, baik foto, video, atau ilustrasi lainnya di Media Massa dan Media Sosial.

10. Tagar adalah tanda pagar yang diikuti kata atau frasa tanpa spasi yang digunakan untuk merujuk pada topik tertentu yang disematkan pada konten Media Sosial.
11. Interaksi adalah respon atau tanggapan masyarakat terhadap Konten maupun akun Media Sosial seperti *like*, *comment*, *share* dan *save*.
12. Jangkauan adalah cakupan penyebaran Konten pada Media Sosial yang menunjukkan jumlah akun yang menerima atau melihat konten yang diunggah, baik pengikut maupun bukan pengikut.
13. Kecerdasan Buatan adalah teknologi yang memungkinkan sistem elektronik melakukan fungsi yang berkaitan dengan kecerdasan manusia antara lain melakukan penalaran, mempelajari pola, memahami informasi dan membuat prediksi.
14. Platform adalah sarana untuk menjalankan fungsi media digital berupa perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*) guna mendukung berjalannya sebuah program aplikasi.

B. TUJUAN PENGELOLAAN MEDIA MASSA DAN MEDIA SOSIAL

Pengelolaan Media Massa dan Media Sosial bertujuan untuk:

1. menyebarluaskan informasi mengenai kebijakan Mahkamah Agung, layanan, kegiatan, serta kinerja Mahkamah Agung dan badan peradilan yang berada di bawahnya secara cepat, akurat, dan berkesinambungan kepada masyarakat;
2. mendukung pelaksanaan keterbukaan informasi publik di Lingkungan Mahkamah Agung dan badan peradilan yang berada di bawahnya, serta menjamin tersedianya akses informasi peradilan yang transparan, akuntabel, dan mudah diakses;
3. mewujudkan keseragaman dan keterpaduan penyampaian informasi antar Pengadilan sesuai dengan kebijakan Mahkamah Agung;
4. meningkatkan efektivitas pengelolaan, publikasi, dan diseminasi informasi peradilan berbasis teknologi informasi dalam rangka mendukung transformasi digital peradilan;
5. menjaga marwah, kewibawaan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Mahkamah Agung dan badan peradilan yang berada di bawahnya melalui penyajian informasi yang terbuka, akurat, beretika dan dapat dipertanggungjawabkan; dan
6. melaksanakan pemantauan, pengumpulan, dan analisis tanggapan masyarakat, pemberitaan, serta opini publik terhadap kinerja

peradilan sebagai bahan evaluasi dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan peradilan.

C. RUANG LINGKUP

Ruang lingkup pengelolaan Media Massa dan Media Sosial meliputi:

1. perencanaan, pengelolaan, publikasi dan diseminasi informasi peradilan;
2. pemanfaatan Media Massa dan Media Sosial pada Mahkamah Agung dan badan peradilan yang berada di bawahnya;
3. koordinasi penyampaian informasi antar Pengadilan;
4. pengawasan, verifikasi, dan pengendalian informasi yang akan dipublikasikan;
5. pemantauan, analisis, dan evaluasi respons publik terhadap informasi peradilan;
6. pengelolaan keamanan informasi; dan
7. dokumentasi Konten yang dipublikasikan.

D. STRUKTUR TIM PENGELOLA MEDIA MASSA DAN MEDIA SOSIAL

Tim Pengelola Media Massa dan Media Sosial pada Mahkamah Agung dan badan peradilan yang berada di bawahnya ditetapkan melalui keputusan pimpinan Unit Kerja/Pengadilan sesuai dengan kewenangan.

Tim Pengelola Media Massa dan Media Sosial terdiri dari:

1. Pembina
 - a. Pembina Pengelola Media Massa dan Media Sosial pada Unit Kerja sebagai berikut:
 - 1) Kepaniteraan Mahkamah Agung dijabat oleh Panitera Mahkamah Agung;
 - 2) Sekretariat Mahkamah Agung dijabat oleh Sekretaris Mahkamah Agung;
 - 3) Direktorat Jenderal Badan Peradilan dijabat oleh Direktur Jenderal; dan
 - 4) Badan dijabat oleh Kepala Badan.
 - b. Pembina pada Pengadilan tingkat pertama dan Pengadilan tingkat banding dijabat oleh hakim atau juru bicara Pengadilan yang ditunjuk oleh ketua/kepala Pengadilan.
 - c. Pembina bertugas:

- 1) memberikan arahan dan pembinaan kepada Tim Pengelola Media Massa dan Media Sosial dalam pelaksanaan strategi komunikasi publik dan kehumasan Pengadilan;
- 2) mengawasi pelaksanaan pengelolaan Media Massa dan Media Sosial agar sesuai dengan kebijakan Mahkamah Agung dan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
- 3) mendukung pelaksanaan pengelolaan Media Massa dan Media Sosial dalam hal memberikan rekomendasi penyediaan anggaran serta sarana dan prasarana yang diperlukan.

2. Penanggung jawab

a. Penanggung jawab pada Unit Kerja sebagai berikut:

- 1) Sekretaris Mahkamah Agung menunjuk Kepala Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat sebagai penanggung jawab pengelolaan Media Massa dan Media Sosial kelembagaan;
- 2) Panitera Mahkamah Agung menunjuk Sekretaris Kepaniteraan sebagai penanggung jawab;
- 3) Direktorat Jenderal Badan Peradilan menunjuk Sekretaris Direktorat Jenderal sebagai penanggung jawab;
- 4) Kepala Badan menunjuk Sekretaris Badan sebagai penanggung jawab; dan
- 5) Kepala Badan Urusan Administrasi menunjuk 1 (satu) pejabat pimpinan tinggi pratama di lingkungan Badan Urusan Administrasi sebagai penanggung jawab.

b. Penanggung jawab di lingkungan Pengadilan tingkat banding dan Pengadilan tingkat pertama dijabat oleh Sekretaris Pengadilan.

c. Penanggung jawab bertugas:

- 1) memastikan informasi yang dipublikasikan melalui Media Massa dan Media Sosial memiliki substansi yang akurat, objektif, berimbang, dan tidak bertentangan dengan prinsip independensi peradilan;
- 2) memberikan pertimbangan dan masukan terhadap materi publikasi yang berkaitan dengan kebijakan, layanan pengadilan, program kerja, maupun isu strategis yang menjadi perhatian publik;

- 3) melakukan verifikasi dan pengendalian substansi terhadap konten tertentu yang memerlukan penelaahan dari aspek hukum, kelembagaan, atau kehumasan;
- 4) melakukan pemantauan terhadap isu, opini publik, dan pemberitaan yang berkaitan dengan Pengadilan sebagai bahan pengambilan langkah komunikasi yang diperlukan;
- 5) memberikan rekomendasi tindak lanjut terhadap respons masyarakat, isu strategis, atau potensi krisis komunikasi yang berkembang di Media Massa dan Media Sosial;
- 6) melakukan evaluasi secara berkala terhadap pelaksanaan pengelolaan Media Massa dan Media Sosial serta kinerja Tim Pengelola Media Massa dan Media Sosial;
- 7) melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pembina terkait pengelolaan Media Massa dan Media Sosial serta komunikasi publik Pengadilan; dan
- 8) mengusulkan terkait dengan anggaran serta pengadaan sarana dan prasarana pengelolaan Media Massa dan Media Sosial.

3. Koordinator Pengelola Media Massa dan Media Sosial

- a. Pembina masing-masing Unit Kerja menunjuk pejabat administrator sebagai koordinator pengelola Media Massa dan Media Sosial.
- b. Koordinator pengelola Media Massa dan Media Sosial pada lingkungan Pengadilan tingkat banding dijabat oleh kepala bagian yang ditunjuk oleh ketua/kepala Pengadilan dan Pengadilan tingkat pertama dijabat oleh kepala sub bagian yang ditunjuk oleh ketua/kepala Pengadilan.
- c. Koordinator pengelola Media Massa dan Media Sosial bertugas:
 - 1) mengoordinasikan seluruh kegiatan pengelola Media Massa dan Media Sosial pada Unit Kerja/Pengadilan;
 - 2) menyusun rencana kerja, strategi komunikasi, dan kalender Konten Media Massa dan Media Sosial sesuai dengan kebutuhan publikasi dan program kerja Unit Kerja/Pengadilan;
 - 3) mengoordinasikan pengumpulan data, informasi, dan bahan publikasi Unit Kerja/Pengadilan;

- 4) mengarahkan pelaksanaan produksi Konten Media Massa dan Media Sosial agar sesuai dengan standar komunikasi publik dan identitas visual lembaga;
- 5) memastikan setiap Konten yang akan dipublikasikan telah memenuhi aspek akurasi, keterkinian informasi, dan kepatuhan terhadap ketentuan;
- 6) mengoordinasikan proses verifikasi dan persetujuan Konten kepada penanggung jawab sebelum dipublikasikan melalui Media Massa dan Media Sosial resmi Unit Kerja/Pengadilan;
- 7) mengatur pembagian tugas dan pelaksanaan pekerjaan anggota Tim Pengelola Media Massa dan Media Sosial sesuai dengan fungsi dan tanggung jawab masing-masing;
- 8) memantau pelaksanaan publikasi konten pada Media Massa dan Media Sosial resmi Unit Kerja/Pengadilan;
- 9) mengoordinasikan pengelolaan respons terhadap pertanyaan, masukan, dan interaksi masyarakat pada Media Massa dan Media Sosial resmi Unit Kerja/Pengadilan;
- 10) melakukan monitoring terhadap perkembangan isu, tren, dan informasi yang berkaitan dengan Unit Kerja/Pengadilan sebagai bahan penyusunan strategi komunikasi publik;
- 11) mengoordinasikan pelaksanaan dokumentasi, arsip digital, dan pengelolaan data pendukung Media Massa dan Media Sosial;
- 12) melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas pengelolaan Media Massa dan Media Sosial berdasarkan data analitik dan respon publik paling kurang 1 (satu) kali dalam 1 (satu) bulan yang kemudian disusun menjadi kebijakan strategis Media Massa dan Media Sosial;
- 13) mengusulkan langkah perbaikan dan pengembangan pengelolaan Media Massa dan Media Sosial guna meningkatkan kualitas komunikasi publik dan keterbukaan informasi pada Unit Kerja/Pengadilan; dan
- 14) melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pembina terkait pengelolaan Media Massa dan Media Sosial Unit Kerja/Pengadilan.

4. Tim Produksi Konten Media Massa dan Media Sosial

Tim Produksi Konten Media Massa dan Media Sosial memiliki fungsi menghasilkan Konten publikasi yang akan disampaikan kepada masyarakat melalui Media Massa dan Media Sosial resmi Unit Kerja/Pengadilan. Tugas dan anggota tim produksi Konten Media Massa dan Media Sosial paling kurang terdiri dari:

- a. Perancang infografis dan perancang videografis memiliki tugas sebagai berikut:
 - 1) bertanggung jawab dalam penyiapan desain Konten videografis dan infografis untuk kepentingan media sosial;
 - 2) memastikan ketersediaan Konten videografis dan infografis media sosial;
 - 3) melakukan penyuntingan Konten videografis dan infografis;
 - 4) membuat Konten videografis dan infografis sesuai perencanaan Konten;
 - 5) menyiapkan ilustrasi untuk kebutuhan Konten; dan
 - 6) mengarsipkan Konten videografis dan infografis yang telah dipublikasikan.
- b. Fotografer dan videografer memiliki tugas sebagai berikut:
 - 1) fotografer/videografer memiliki tanggung jawab untuk merencanakan, mendokumentasikan, memproduksi untuk kebutuhan Konten yang akan dipublikasikan;
 - 2) memastikan ketersediaan Konten video untuk media sosial sesuai dengan perencanaan;
 - 3) menyiapkan *stock shoot* (persediaan gambar) foto maupun video terkait kegiatan dan pejabat Unit Kerja/Pengadilan;
 - 4) memproduksi Konten video sesuai ukuran/ketentuan media sosial;
 - 5) melakukan riset terhadap *background* (musik latar) untuk kebutuhan video;
 - 6) menyiapkan *voice over* (suara latar) untuk kebutuhan video; dan
 - 7) menyunting kebutuhan visual berupa foto/video untuk kebutuhan Konten yang akan dipublikasikan.
- c. Penulis naskah bertugas menyusun berita, Takarir, naskah video, siaran informasi, Artikel singkat, dan berbagai Konten komunikasi publik lainnya. Dalam menyusun Konten publikasi,

penulis naskah memastikan penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar, mudah dipahami masyarakat, serta sesuai dengan karakteristik Media Massa dan Media Sosial yang digunakan.

- d. Editor naskah bertugas memeriksa dan menyunting berita, Takarir, naskah video, siaran informasi, Artikel singkat, dan berbagai Konten komunikasi publik lainnya serta memastikan penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar serta mudah dipahami masyarakat.
- e. Penyusun Konten memiliki tugas sebagai berikut:
 - 1) menyusun teks, narasi maupun Takarir untuk Media Sosial sesuai dengan informasi yang akan disampaikan oleh Unit Kerja/Pengadilan;
 - 2) memeriksa dan menyunting akurasi fakta, tata bahasa, ejaan berdasarkan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI), dan keterbacaan tulisan;
 - 3) menerapkan kaidah *Search Engine Optimization* (SEO) dan Tagar agar Konten Media Sosial mudah terindeks dan muncul di halaman pencarian; dan
 - 4) melakukan koordinasi agar setiap Konten tidak bertentangan dengan tugas penanggung jawab.

5. Administrator Media Massa

Memiliki fungsi penerimaan naskah dan publikasi Artikel atau berita pada Platform Media Massa di lingkungan Mahkamah Agung dan badan peradilan yang berada di bawahnya. Administrator Media Massa memiliki tugas sebagai berikut:

- a. menerima naskah dalam bentuk Artikel atau berita dari penulis naskah atau kontributor;
- b. menyampaikan naskah yang telah diterima kepada editor naskah untuk di sunting;
- c. menerima kembali naskah yang telah disunting dari editor naskah; dan
- d. mempublikasikan naskah yang telah disunting editor naskah pada Platform Media Massa internal Mahkamah Agung dan saluran aplikasi pesan instan.

6. Administrator Media Sosial

Memiliki fungsi mengelola akun Media Sosial resmi Unit Kerja/Pengadilan untuk mendukung publikasi informasi, komunikasi publik, dan penguatan citra kelembagaan. Administrator Media Sosial memiliki akses untuk pengelolaan Media Sosial yang diberikan terbatas untuk satu orang atau menyesuaikan kondisi Unit Kerja/Pengadilan sebagaimana yang ditunjuk oleh pembina. Administrator Media Sosial memiliki tugas sebagai berikut:

- a. membuat dan mempublikasikan Konten, kegiatan, layanan, dan kebijakan Unit Kerja/Pengadilan;
- b. mengelola interaksi dengan masyarakat melalui komentar, pesan, dan tanggapan di Media Sosial;
- c. memantau pemberitaan, opini publik, dan isu strategis yang berkaitan dengan kelembagaan di Media Sosial;
- d. memantau performa Konten dan membuat laporan terkait data *analytic* seperti Interaksi atau *engagement*, pertumbuhan *followers*, Jangkauan atau *reach* dan hal lain yang berkaitan dengan kinerja Media Sosial;
- e. mengikuti perkembangan tren Media Sosial dan mengusulkan strategi komunikasi digital yang efektif; dan
- f. menjaga keamanan dan tata kelola akun Media Sosial sesuai dengan ketentuan.

E. PEDOMAN PENULISAN ARTIKEL PADA MEDIA MASSA

1. Artikel memuat unsur 5W dan 1H (*What, Who, When, Where, Why*, dan *How*) secara jelas dan lengkap.
2. Artikel berita memiliki struktur penulisan yang terdiri atas:
 - a. *lead* berita, yang memuat informasi utama atau inti peristiwa;
 - b. isi berita, yang memuat fakta, data, kronologi, dan informasi pendukung; dan
 - c. ekor berita, yang memuat informasi penutup atau keterangan tambahan yang relevan.
3. Artikel berita menggunakan bahasa jurnalistik yang objektif, informatif, akurat, berimbang, dan mudah dipahami.
4. Artikel berita disusun berdasarkan fakta dan data yang dapat dipertanggungjawabkan serta tidak memuat opini, penilaian, atau pendapat pribadi penulis.

5. Artikel hukum disusun secara objektif, akademis, dan berdasarkan analisis hukum yang dapat dipertanggungjawabkan, dengan memenuhi ketentuan sebagai berikut:
 - a. memuat kajian atau pembahasan hukum yang didukung oleh sumber referensi ilmiah;
 - b. mencantumkan sumber referensi yang digunakan dalam penulisan;
 - c. menggunakan paling kurang 2 (dua) sumber referensi berupa buku, jurnal ilmiah, atau publikasi akademik yang relevan;
 - d. merupakan karya orisinal penulis dan bebas dari plagiarisme;
 - e. belum pernah dipublikasikan pada portal media dan media publikasi lainnya; dan
 - f. memiliki jumlah kata paling sedikit 800 (delapan ratus) kata dan paling banyak 1.500 (seribu lima ratus) kata.
6. Setiap Artikel yang akan dipublikasikan wajib melalui proses penyuntingan untuk memastikan kesesuaian dengan standar penulisan, ketepatan informasi, dan kebijakan komunikasi publik.

F. PENGELOLAAN KONTEN DAN STANDAR PUBLIKASI MEDIA MASSA DAN MEDIA SOSIAL

Standardisasi ini menjadi acuan dalam setiap proses produksi dan publikasi Konten, sehingga informasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat dipastikan akurat, konsisten, mudah dipahami, serta mencerminkan integritas dan marwah lembaga peradilan, guna mendukung terciptanya komunikasi publik yang profesional, terarah, dan seragam di Unit Kerja/Pengadilan.

1. Unit Kerja/Pengadilan mengikuti panduan identitas visual Media Sosial terkait penggunaan identitas akun, penggunaan logo, dan hal lainnya sebagaimana diatur dalam pedoman ini.
2. Setiap Konten Media Massa dan Media Sosial yang dipublikasikan wajib memenuhi prinsip:
 - a. akurat dan dapat dipertanggungjawabkan;
 - b. bersumber dari informasi resmi Unit Kerja/Pengadilan;
 - c. menggunakan bahasa yang mudah dipahami masyarakat;
 - d. tidak mengandung opini pribadi;
 - e. tidak menimbulkan persepsi keberpihakan terhadap pihak tertentu; dan

- f. memperhatikan prinsip independensi peradilan.
- 3. Konten Media Massa dan Media Sosial merupakan bagian dari pelaksanaan keterbukaan informasi publik dengan mendukung penyampaian informasi mengenai:
 - a. dokumen siaran pers putusan pengadilan yang dapat dipublikasikan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. layanan peradilan;
 - c. prosedur dan mekanisme perolehan layanan;
 - d. inovasi pelayanan publik;
 - e. edukasi hukum kepada masyarakat;
 - f. informasi kegiatan kelembagaan yang memiliki nilai manfaat publik; dan/atau
 - g. informasi lain yang wajib diumumkan sesuai ketentuan keterbukaan informasi publik.
- 4. Konten Media Massa dan Media Sosial dilarang memuat:
 - a. informasi yang tidak benar, tidak terverifikasi, atau menyesatkan;
 - b. komentar, pendapat, analisis, atau penilaian terhadap substansi putusan pengadilan yang dapat memengaruhi persepsi publik terhadap integritas dan independensi peradilan;
 - c. materi yang menimbulkan atau berpotensi menimbulkan persepsi keberpihakan terhadap pihak tertentu;
 - d. materi yang mengandung kalimat, istilah, atau visual yang bersifat multitafsir sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman di masyarakat;
 - e. informasi yang bersifat rahasia atau dikecualikan, mengungkap identitas atau data pribadi yang wajib dilindungi berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - f. materi yang mengandung ujaran kebencian, diskriminasi, pornografi, kekerasan, atau pelanggaran terhadap norma kesusilaan;
 - g. materi yang melanggar hak cipta atau hak kekayaan intelektual, termasuk didalamnya penggunaan Kecerdasan Buatan terhadap audio visual tanpa persetujuan pihak terkait; dan/atau
 - h. materi lain yang bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, kode etik, atau kebijakan komunikasi publik Mahkamah Agung.

5. Pengelolaan Publikasi Media Sosial

- a. Publikasi Konten Media Sosial diawali dengan penyusunan rencana Konten bulanan yang mencakup jadwal, waktu tayang, dan frekuensi publikasi.
- b. Konten Media Sosial sesuai dengan standar identitas visual lembaga sebagaimana diatur dalam pedoman ini.
- c. Konten Media Sosial disusun secara jelas, akurat, berimbang, dan memuat unsur informasi yang lengkap, serta menggunakan bahasa Indonesia, bahasa daerah, bahasa asing dan/atau bahasa isyarat yang baik dan mudah dipahami oleh masyarakat.
- d. Konten yang telah siap tayang segera dipublikasikan melalui Media Sosial sesuai kebutuhan penyampaian informasi.
- e. Publikasi Konten pada beranda (*feed*) Media Sosial dilaksanakan dengan memperhatikan jeda waktu antarunggahan kecuali dalam keadaan tertentu yang memerlukan penyampaian informasi secara segera.

6. Registrasi, Identitas, dan Keamanan Akun Media Sosial

- a. Setiap akun Media Sosial pada Mahkamah Agung dan badan peradilan yang berada di bawahnya harus menggunakan nama dan identitas resmi yang mencerminkan institusi Mahkamah Agung atau badan peradilan yang berada di bawahnya, dilengkapi dengan pencantuman kelas Pengadilan, penggunaan logo sesuai tata naskah kedinasan, serta dikelola oleh pejabat atau petugas yang ditetapkan melalui keputusan pimpinan Unit Kerja/Pengadilan.
- b. Gambar akun profil Media Sosial harus menggunakan logo atau foto gedung kantor resmi Mahkamah Agung atau Unit Kerja/Pengadilan yang bersangkutan.
- c. Akun Media Sosial harus didaftarkan menggunakan alamat surat elektronik (surel) dan nomor kontak resmi instansi, serta tidak diperkenankan menggunakan alamat surel maupun nomor kontak pribadi. Alamat surel dan nomor kontak resmi tersebut digunakan sebagai sarana autentikasi, login, dan verifikasi akun.
- d. Setiap akun Media Sosial harus mengaktifkan fitur autentikasi dua langkah (*two-factor authentication/2FA*) atau fitur keamanan sejenis yang disediakan oleh masing-masing Platform guna meningkatkan perlindungan terhadap akses akun.

- e. Pengelola akun Media Sosial harus memastikan informasi pemulihan akun (*account recovery*), meliputi alamat surel, nomor kontak, dan data keamanan lainnya, selalu mutakhir, dapat diakses oleh pejabat atau petugas yang berwenang, serta terdokumentasi sesuai standar operasional prosedur pengelolaan akun.
 - f. Dalam hal terjadi kehilangan akses, peretasan, pergantian pengelola, atau keadaan lain yang mengganggu pengelolaan akun Media Sosial, pemulihan akun dilakukan melalui mekanisme resmi yang disediakan oleh Platform dengan menggunakan alamat surel, nomor kontak, atau metode verifikasi yang telah didaftarkan, dilanjutkan dengan penggantian kata sandi, peninjauan kembali hak akses pengelola, pengaktifan kembali autentikasi dua langkah apabila diperlukan, serta pendokumentasian seluruh proses pemulihan.
7. Penggunaan Logo
- a. Penggunaan logo pada setiap kanal Media Sosial harus dilakukan secara konsisten dan sesuai sebagaimana diatur dalam pedoman ini. Logo yang digunakan adalah logo resmi Mahkamah Agung atau logo resmi Unit Kerja/Pengadilan yang dilengkapi dengan nama Unit Kerja/Pengadilan.
 - b. Pengelola Media Sosial dilarang menggunakan logo tidak resmi, logo komunitas, logo Unit Kerja/Pengadilan nonstruktural, logo pengelola Media Sosial, atau bentuk identitas visual lainnya yang tidak ditetapkan secara resmi oleh Mahkamah Agung.
 - c. Ukuran, proporsi, warna, dan penempatan logo dibuat secara proporsional sehingga tidak mengurangi keseragaman identitas visual kelembagaan.
8. Publikasi Foto, Video, dan Dokumentasi Persidangan
- a. Dokumentasi yang dipublikasikan dilakukan dengan memperhatikan ketentuan mengenai keamanan, privasi, perlindungan data pribadi, serta informasi yang dikecualikan.
 - b. Pengambilan dan publikasi foto atau video persidangan dilakukan dengan memperhatikan ketentuan hukum acara, tata tertib persidangan, serta kebijakan Unit Kerja/Pengadilan.
9. Kolaborasi (*Collab*) dengan Akun Pihak Lain

- a. Fitur kolaborasi pada Media Sosial hanya dapat digunakan untuk Konten yang mendukung pelaksanaan tugas dan fungsi peradilan serta memberikan manfaat bagi masyarakat.
 - b. Kolaborasi dapat dilakukan dengan akun resmi Mahkamah Agung, akun resmi Unit Kerja/Pengadilan, kementerian/lembaga negara, instansi pemerintah, lembaga pendidikan, organisasi atau pihak lain sepanjang tidak bertentangan dengan Peraturan dan Kebijakan Mahkamah Agung.
 - c. Penggunaan fitur kolaborasi dengan akun pihak lain harus memperhatikan independensi peradilan, reputasi dan kredibilitas pihak yang diajak berkolaborasi, kesesuaian nilai dan tujuan publikasi serta larangan promosi komersial atau kepentingan tertentu.
 - d. Unit Kerja/Pengadilan diperbolehkan melakukan kolaborasi dengan akun pribadi pejabat, pegawai, tokoh politik, pelaku usaha, atau pihak lain sepanjang tidak menimbulkan konflik kepentingan atau persepsi keberpihakan lembaga.
10. Publikasi Media Sosial tidak dapat menggantikan kewajiban penyampaian informasi melalui situs resmi, meja informasi, atau sarana pelayanan informasi publik lainnya apabila informasi tersebut termasuk kategori informasi publik yang wajib tersedia.

G. VERIFIKASI DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

1. Setiap Konten yang akan dipublikasikan melalui Media Massa dan Media Sosial harus melalui proses verifikasi dan persetujuan publikasi.
2. Verifikasi terhadap Konten yang memuat informasi mengenai kegiatan kelembagaan, pelayanan publik, kebijakan, program kerja, edukasi, sosialisasi, maupun informasi lainnya di luar persidangan atau proses pemeriksaan perkara, dilakukan oleh koordinator Pengelola Media Massa dan Media Sosial untuk memastikan bahwa Konten:
 - a. bersumber dari informasi yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan;
 - b. sesuai dengan tugas dan fungsi lembaga peradilan;
 - c. tidak memuat informasi yang dikecualikan, data pribadi, atau informasi lain yang tidak dapat dipublikasikan;

- d. tidak mengganggu independensi peradilan, proses persidangan, atau hak para pihak; dan
 - e. telah sesuai dengan identitas visual, kaidah bahasa, dan standar komunikasi publik Mahkamah Agung.
3. Verifikasi terhadap Konten yang memuat informasi mengenai persidangan, pemeriksaan perkara, putusan, atau informasi lain yang berkaitan dengan penanganan perkara atau teknis yudisial dilakukan oleh pembina atau penanggung jawab.
4. Verifikasi sebagaimana dimaksud pada angka 3 dilakukan untuk memastikan Konten:
- a. bersumber dari fakta persidangan, dokumen resmi, atau informasi yang dapat dipertanggungjawabkan;
 - b. sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, kode etik, dan kebijakan komunikasi publik Mahkamah Agung;
 - c. tidak memuat informasi yang dikecualikan, data pribadi, identitas yang dilindungi, atau informasi lain yang berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan tidak dapat dipublikasikan;
 - d. tidak memengaruhi independensi peradilan, imparialitas hakim, maupun proses pemeriksaan perkara;
 - e. tidak memberikan opini, penilaian, atau kesimpulan yang dapat menimbulkan persepsi mengenai putusan dan/atau perkara yang sedang berjalan;
 - f. disampaikan secara objektif, akurat, berimbang, dan tidak menyesatkan; dan
 - g. tidak mengandung unsur yang dapat mengganggu ketertiban persidangan, hak para pihak, atau asas praduga tidak bersalah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
5. Dalam hal hasil verifikasi menyatakan bahwa Konten belum memenuhi persyaratan untuk dipublikasikan, penanggung jawab menyampaikan catatan perbaikan atau rekomendasi penyempurnaan kepada Tim Pengelola Media Massa dan Media Sosial untuk dilakukan penyesuaian.
6. Tim Pengelola Media Massa dan Media Sosial melakukan perbaikan isi Konten berdasarkan catatan verifikasi dan menyampaikan kembali Konten yang telah diperbaiki kepada penanggung jawab untuk mendapatkan persetujuan publikasi.

7. Penyampaian catatan perbaikan, penyempurnaan Konten, dan penyampaian kembali untuk verifikasi ulang dilakukan secara efektif, efisien, dan tepat waktu dengan mempertimbangkan sifat, urgensi, serta kompleksitas Konten.
8. Dalam hal Konten bersifat mendesak atau berkaitan dengan informasi yang memiliki nilai aktualitas tinggi, proses verifikasi, penyampaian catatan perbaikan, dan penyempurnaan materi publikasi dilakukan secara prioritas dengan memperhatikan ketepatan waktu dan akurasi informasi.

H. KOREKSI, KLARIFIKASI, DAN PENANGANAN KONTEN

1. Setiap Konten yang telah dipublikasikan melalui Media Massa dan Media Sosial harus dilakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala untuk memastikan akurasi, relevansi, dan kesesuaian informasi.
2. Dalam hal ditemukan kekeliruan, ketidaksesuaian, perubahan informasi, atau kondisi lain yang menyebabkan Konten perlu diperbaiki, koordinator harus melakukan tindak lanjut berupa koreksi, pembaruan informasi, klarifikasi, atau penarikan kembali bersama dengan tim produksi Konten Media Massa dan Media Sosial.
3. Koreksi, pembaruan informasi, klarifikasi, atau penarikan kembali dilakukan berdasarkan hasil koordinasi dengan penanggung jawab sesuai dengan jenis dan substansi Konten.
4. Koreksi atau klarifikasi terhadap Konten dilakukan secara transparan dengan memperhatikan prinsip akurasi, akuntabilitas, dan keterbukaan informasi, antara lain melalui:
 - a. penyampaian informasi perbaikan pada Konten yang telah diterbitkan;
 - b. pencantuman keterangan mengenai adanya koreksi atau pembaruan informasi; atau
 - c. penyandingan informasi sebelum dan sesudah dilakukan perbaikan apabila diperlukan untuk menjelaskan perubahan informasi.
 - d. Tindakan koreksi atau pembaruan dapat dilakukan melalui mekanisme sebagai berikut:
5. Tindakan koreksi atau pembaruan dapat dilakukan melalui mekanisme sebagai berikut:

Bentuk Tindakan	Pelaksanaan
Penyampaian informasi perbaikan pada Konten yang telah diterbitkan.	Pengelola media massa dan media sosial melakukan perbaikan terhadap Konten yang telah diterbitkan dengan memperbarui informasi yang keliru atau tidak sesuai, baik berupa perubahan teks berita, Takarir (<i>caption</i>), gambar, infografis, video, maupun bentuk Konten lainnya. Contoh: Berita mengenai pelaksanaan sidang atau kegiatan pengadilan sebelumnya memuat kesalahan penulisan nama narasumber. Koordinator melakukan perbaikan pada Konten yang sama dengan mencantumkan nama narasumber yang benar.
Pencantuman keterangan mengenai adanya koreksi atau pembaruan informasi	Koordinator mencantumkan keterangan bahwa telah dilakukan koreksi, ralat, atau pembaruan informasi pada materi publikasi yang telah diterbitkan, sehingga masyarakat mengetahui adanya perubahan terhadap informasi sebelumnya. Contoh: Pada bagian akhir berita atau keterangan unggahan dicantumkan: <i>"Koreksi: Terdapat perubahan informasi terkait waktu pelaksanaan kegiatan yang sebelumnya tercantum tanggal 10</i>

	<i>Juni 2026 dan telah diperbaiki menjadi tanggal 12 Juni 2026."</i>
Penyandingan informasi sebelum dan sesudah dilakukan perbaikan apabila diperlukan untuk menjelaskan perubahan informasi	Dalam hal perubahan informasi berpotensi menimbulkan perbedaan pemahaman bagi masyarakat, koordinator dapat menyampaikan perbandingan antara informasi sebelum dan sesudah dilakukan perbaikan. Contoh: Informasi sebelumnya: "Pendaftaran layanan dibuka sampai dengan tanggal 20 Juni 2026." Informasi setelah perbaikan: "Pendaftaran layanan dibuka sampai dengan tanggal 25 Juni 2026." Penyandingan tersebut dilakukan untuk menjelaskan perubahan informasi secara terbuka dan menjaga akuntabilitas publikasi.

- 6. Dalam hal ditemukan Konten yang memuat informasi yang tidak akurat, tidak sesuai dengan ketentuan publikasi, mengandung informasi yang dikecualikan, atau berpotensi menimbulkan dampak terhadap independensi peradilan, hak para pihak, dan kepentingan publik, dapat dilakukan penarikan kembali publikasi sementara berdasarkan arahan pembina atau penanggung jawab.
- 7. Penarikan kembali publikasi tidak menghilangkan kewajiban untuk melakukan koreksi atau klarifikasi atas Konten sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 8. Pelaksanaan koreksi, klarifikasi, pembaruan informasi, atau penarikan kembali publikasi harus dicatat dan didokumentasikan oleh

koordinator sebagai bagian dari evaluasi pengelolaan Media Massa dan Media Sosial.

I. ETIKA INTERAKSI DAN PENGELOLAAN KOMUNIKASI PADA MEDIA MASSA DAN MEDIA SOSIAL

1. Pengelola Media Sosial harus berinteraksi dengan masyarakat secara netral, sopan, profesional, responsif, dan akuntabel.
2. Pengelola Media Sosial memberikan tanggapan secara objektif tanpa menyalahkan atau menyudutkan pengguna media dengan menggunakan bahasa yang baik, santun, dan mudah dipahami.
3. Pengelola Media Sosial merespons pertanyaan atau tanggapan dengan mencantumkan format “Jawaban/Tanggapan”.
4. Pesan yang diterima melalui fitur pesan langsung (*direct message*), kotak masuk (*inbox*), atau fitur sejenis diperlakukan sebagai sarana komunikasi resmi. Pengelola Media Sosial memberikan respons awal secara patut dan mengarahkan pengguna kepada layanan yang sesuai apabila permintaan tidak dapat dipenuhi melalui Media Sosial.
5. Dalam hal kritik atau keluhan berkaitan dengan pelayanan Unit Kerja/Pengadilan, pengelola Media Sosial mengarahkan masyarakat untuk menggunakan kanal pengaduan resmi melalui kanal Sistem Pengawasan (SIWAS) Mahkamah Agung atau layanan informasi yang telah disediakan.
6. Berkaitan dengan kritik yang mengenai substansi perkara atau putusan hakim, pengelola media tidak memberikan tanggapan mengenai pokok perkara dan hanya memberikan informasi mengenai mekanisme hukum atau layanan informasi yang tersedia.
7. Dalam hal pertanyaan memerlukan penelusuran lebih lanjut, pengelola Media Sosial memberikan informasi bahwa pertanyaan sedang dikoordinasikan dengan bagian yang bersangkutan.
8. Pengelola Media Sosial tidak diperbolehkan:
 - a. memberikan pendapat pribadi atas nama lembaga;
 - b. menyampaikan informasi yang belum diverifikasi, memberikan pendapat mengenai substansi perkara yang sedang diperiksa oleh Unit Kerja/Pengadilan;
 - c. berdebat atau terlibat dalam perdebatan dengan pengguna media sosial;

- d. menggunakan bahasa yang bersifat emosional, sarkastik, provokatif, diskriminatif, atau merendahkan pihak tertentu; dan
 - e. meminta maupun menerima dokumen perkara, alat bukti, atau data pribadi yang tidak diperlukan melalui media sosial.
9. Komentar yang berisi pertanyaan, saran, kritik, atau masukan yang disampaikan harus ditanggapi secara profesional.
 10. Kritik, saran, masukan, atau keluhan yang disampaikan secara sopan dan berkaitan dengan penyelenggaraan pelayanan maupun pelaksanaan tugas dan fungsi lembaga peradilan tidak dihapus serta diperlakukan sebagai masukan untuk peningkatan kualitas pelayanan peradilan.
 11. Kolom komentar pada akun Media Massa dan Media Sosial diupayakan tetap terbuka sebagai sarana komunikasi, partisipasi, dan penyampaian aspirasi masyarakat.
 12. Penutupan atau pembatasan kolom komentar hanya dapat dilakukan dalam keadaan tertentu berdasarkan pertimbangan pembina atau penanggung jawab, antara lain apabila:
 - a. diperlukan untuk menjaga keamanan informasi;
 - b. terjadi penyalahgunaan fitur komentar secara masif, termasuk serangan akun otomatis (*bot*), spam, atau gangguan sejenis;
 - c. terdapat risiko yang dapat mengganggu ketertiban, keamanan, atau keberlangsungan layanan komunikasi publik; atau
 - d. terdapat pertimbangan lain sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
 13. Komentar hanya dapat disembunyikan, dibatasi, atau dihapus apabila:
 - a. mengandung ujaran kebencian;
 - b. mengandung penghinaan, fitnah, ancaman, atau pelecehan;
 - c. mengandung unsur Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan (SARA), pornografi, perjudian, atau muatan lain yang dilarang berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - d. memuat data pribadi, informasi rahasia, atau informasi yang dikecualikan untuk dipublikasikan;
 - e. berupa spam, promosi, tautan yang tidak berkaitan dengan materi publikasi, atau aktivitas otomatis (*bot*); dan/atau
 - f. mengandung informasi palsu (*hoax*) yang berpotensi menyesatkan masyarakat;

14. Tindakan menyembunyikan, membatasi, atau menghapus komentar dilakukan secara proporsional, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan.

J. PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PRIBADI OLEH APARATUR PERADILAN MENGGUNAKAN IDENTITAS KEDINASAN

1. Aparatur Peradilan menggunakan Media Sosial pribadi dengan tetap menjaga martabat, kehormatan, independensi, dan imparialitas lembaga peradilan.
2. Aparatur Peradilan tidak menyampaikan informasi, pendapat, komentar, atau konten lainnya melalui Media Sosial pribadi yang mengatasnamakan Mahkamah Agung atau badan peradilan yang berada di bawahnya tanpa kewenangan.
3. Aparatur Peradilan tidak diperkenankan menggunakan atribut jabatan, pakaian dinas, toga hakim, logo dan/atau lambang, identitas dan/atau fasilitas kedinasan dalam konten Media Sosial pribadi dan/atau Media Sosial Unit Kerja/Pengadilan untuk kepentingan komersial, keberpihakan kepada pihak tertentu, atau kepentingan lain yang dapat mengurangi independensi, imparialitas, kehormatan, dan wibawa lembaga peradilan.

K. TATA KELOLA PEMANFAATAN KECERDASAN BUATAN

1. Penggunaan teknologi Kecerdasan Buatan, termasuk Kecerdasan Buatan generatif (*Generative AI*), hanya digunakan sebagai alat bantu dalam pengelolaan Media Massa dan Media Sosial, serta tidak menggantikan kewenangan dan tanggung jawab pejabat atau petugas yang berwenang.
2. Pemanfaatan Kecerdasan Buatan tidak diperkenankan untuk mengubah, memanipulasi, memodifikasi, atau merekayasa logo dan/atau lambang Mahkamah Agung atau Unit Kerja/Pengadilan, serta foto pimpinan Mahkamah Agung, hakim agung, dan Aparatur Peradilan di lingkungan Mahkamah Agung dan badan peradilan yang berada di bawahnya yang mengakibatkan perubahan identitas, bentuk, konteks, atau makna dari objek tersebut.
3. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada angka 2 tidak berlaku terhadap penyuntingan teknis yang tidak mengubah identitas, bentuk, konteks, atau makna objek, antara lain koreksi warna, kecerahan, dan

kontras, pemotongan (*cropping*), serta penyesuaian resolusi atau ukuran gambar.

4. Foto pimpinan Mahkamah Agung, hakim agung, dan Aparatur Peradilan sebagaimana dimaksud pada angka 2 yang belum dipublikasikan secara resmi oleh Mahkamah Agung, tidak dimasukkan ke dalam Platform Kecerdasan Buatan publik yang dikelola pihak ketiga, karena berpotensi melanggar ketentuan peraturan perundang undangan yang mengatur tentang perlindungan data pribadi.
5. Setiap naskah, gambar, audio, video, atau Konten lain yang dihasilkan dengan bantuan Kecerdasan Buatan harus diperiksa, diverifikasi, dan disetujui oleh koordinator (*human in the loop*) sebelum dipublikasikan.
6. Konten grafis, ilustrasi, atau materi visual yang sepenuhnya dihasilkan oleh Kecerdasan Buatan generatif dan bukan merupakan hasil penyuntingan atas foto atau dokumentasi asli, dicantumkan keterangan bahwa Konten tersebut dibuat dengan bantuan Kecerdasan Buatan pada saat dipublikasikan.
7. Dalam hal pengolahan foto kegiatan dengan bantuan Kecerdasan Buatan turut menampilkan wajah pihak selain sebagaimana dimaksud pada angka 2, seperti pencari keadilan, pengunjung, atau anak-anak yang tidak memiliki kepentingan publik atas kehadirannya, wajah pihak dimaksud dikaburkan sebelum konten dipublikasikan, kecuali telah diperoleh persetujuan pihak yang bersangkutan.
8. Pengelola Media Massa dan Media Sosial harus memastikan hasil keluaran Kecerdasan Buatan akurat, sesuai fakta, serta tidak mengandung informasi yang menyesatkan (*misinformation*).
9. Teknologi Kecerdasan Buatan tidak digunakan untuk membuat, mengubah, atau menyebarluaskan konten tiruan (*deepfake*) dalam bentuk gambar, audio, video, atau bentuk digital lainnya yang dapat menimbulkan kesalahpahaman, menyesatkan publik, atau mengganggu kredibilitas Mahkamah Agung dan badan peradilan yang berada di bawahnya.
10. Dalam menggunakan teknologi kecerdasan buatan, Pengelola Media Massa dan Media Sosial tetap bertanggung jawab penuh atas keakuratan, keamanan, dan isi informasi yang dipublikasikan.
11. Setiap Aparatur Peradilan yang menemukan kekeliruan atau menerima keberatan atas konten Media Massa dan Media Sosial yang

menggunakan Kecerdasan Buatan menyampaikannya kepada penanggung jawab.

L. MEKANISME PEMANTAUAN DAN EVALUASI

Pemantauan dan evaluasi pengelolaan Media Massa dan Media Sosial dilaksanakan secara berjenjang untuk memastikan penyelenggaraan komunikasi publik yang efektif, akuntabel, dan sesuai dengan kebijakan Mahkamah Agung, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan pemantauan dilakukan oleh pengelola Media Massa dan Media Sosial pada Mahkamah Agung dan badan peradilan yang berada di bawahnya dengan memanfaatkan fitur analitik Media Sosial, analitik situs web, maupun perangkat pemantauan lainnya yang tersedia.
2. Pemantauan dilakukan paling sedikit terhadap:
 - a. jumlah Konten yang dipublikasikan;
 - b. Jangkauan (*reach*) dan tayangan (*impressions*) Konten;
 - c. tingkat Interaksi (*engagement*) masyarakat terhadap Konten;
 - d. jumlah pengikut (*followers/subscribers*) dan perkembangannya;
 - e. Konten dengan tingkat keterlibatan tertinggi;
 - f. isu strategis, pemberitaan, opini publik, maupun percakapan masyarakat yang berkaitan dengan Mahkamah Agung dan badan peradilan yang berada di bawahnya; dan/atau
 - g. pelaksanaan tindak lanjut atas pertanyaan, saran, kritik, atau pengaduan masyarakat yang disampaikan melalui media sosial.
3. Pengelola Media Massa dan Media Sosial Unit Kerja/Pengadilan menyusun laporan hasil pengelolaan Media Massa dan Media Sosial secara berkala, dengan paling sedikit memuat:
 - a. jumlah publikasi yang telah dilakukan;
 - b. jenis media yang digunakan;
 - c. data statistik kunjungan, Jangkauan, atau Interaksi masyarakat;
 - d. isu strategis yang berkembang;
 - e. pelaksanaan pengelolaan komunikasi publik, termasuk penanganan pertanyaan, kritik, atau klarifikasi; dan
 - f. kendala serta rekomendasi perbaikan.
4. Pelaporan dilakukan secara berkala dalam periode sebagai berikut:
 - a. semester untuk keperluan pemantauan internal; dan

- b. sewaktu-waktu apabila diperlukan berdasarkan permintaan pimpinan atau dalam keadaan tertentu yang memerlukan penanganan segera.
 5. Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat Mahkamah Agung melakukan evaluasi terhadap hasil pemantauan dan pelaporan sebagai dasar:
 - a. pembinaan pengelolaan Media Massa dan Media Sosial;
 - b. penyusunan rekomendasi perbaikan;
 - c. penyusunan strategi komunikasi publik Mahkamah Agung; dan
 - d. penyampaian laporan kepada pimpinan Mahkamah Agung.
- M. PENYAMPAIAN INFORMASI PERKARA YANG MENARIK PERHATIAN PUBLIK MELALUI MEDIA MASSA DAN MEDIA SOSIAL
1. Dalam hal terdapat perkara yang menarik perhatian publik dan/atau memperoleh pemberitaan yang luas di Media Massa maupun Media Sosial, Unit Kerja/Pengadilan dapat menyampaikan siaran pers (*press release*) kepada Mahkamah Agung melalui Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat Badan Urusan Administrasi.
 2. Unit Kerja/Pengadilan dapat pula menyampaikan siaran pers kepada pengelola portal media di lingkungan Mahkamah Agung sebagai bahan publikasi dan diseminasi informasi sesuai dengan tugas dan fungsinya.
 3. Siaran pers memuat informasi yang faktual, akurat, berimbang, serta memperhatikan prinsip independensi peradilan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
 4. Mahkamah Agung melalui Biro Hukum dan Hubungan Masyarakat Badan Urusan Administrasi melakukan penelaahan dan penyelarasan terhadap substansi siaran pers guna memastikan kesesuaian dengan kebijakan komunikasi publik Mahkamah Agung.
 5. Siaran pers yang telah dilakukan penelaahan dan penyelarasan, dipublikasikan melalui kanal komunikasi resmi Mahkamah Agung dan dapat diteruskan untuk dipublikasikan oleh Media Massa dan/atau Media Sosial Unit Kerja/Pengadilan.
 6. Penyampaian informasi melalui Media Massa dan/atau Media Sosial Unit Kerja/Pengadilan mengenai perkara yang menarik perhatian publik mengacu pada substansi siaran pers yang telah dipublikasikan oleh Mahkamah Agung, sehingga informasi yang disampaikan tetap konsisten, akurat, dan tidak menimbulkan perbedaan narasi.

7. Dalam keadaan tertentu berdasarkan pertimbangan Pimpinan Mahkamah Agung, penyampaian informasi mengenai perkara yang menarik perhatian publik dilaksanakan oleh Juru Bicara Mahkamah Agung sebagai representasi resmi Mahkamah Agung.



Ditandatangani secara elektronik oleh:
Plt. Sekretaris Mahkamah Agung RI

Sobandi

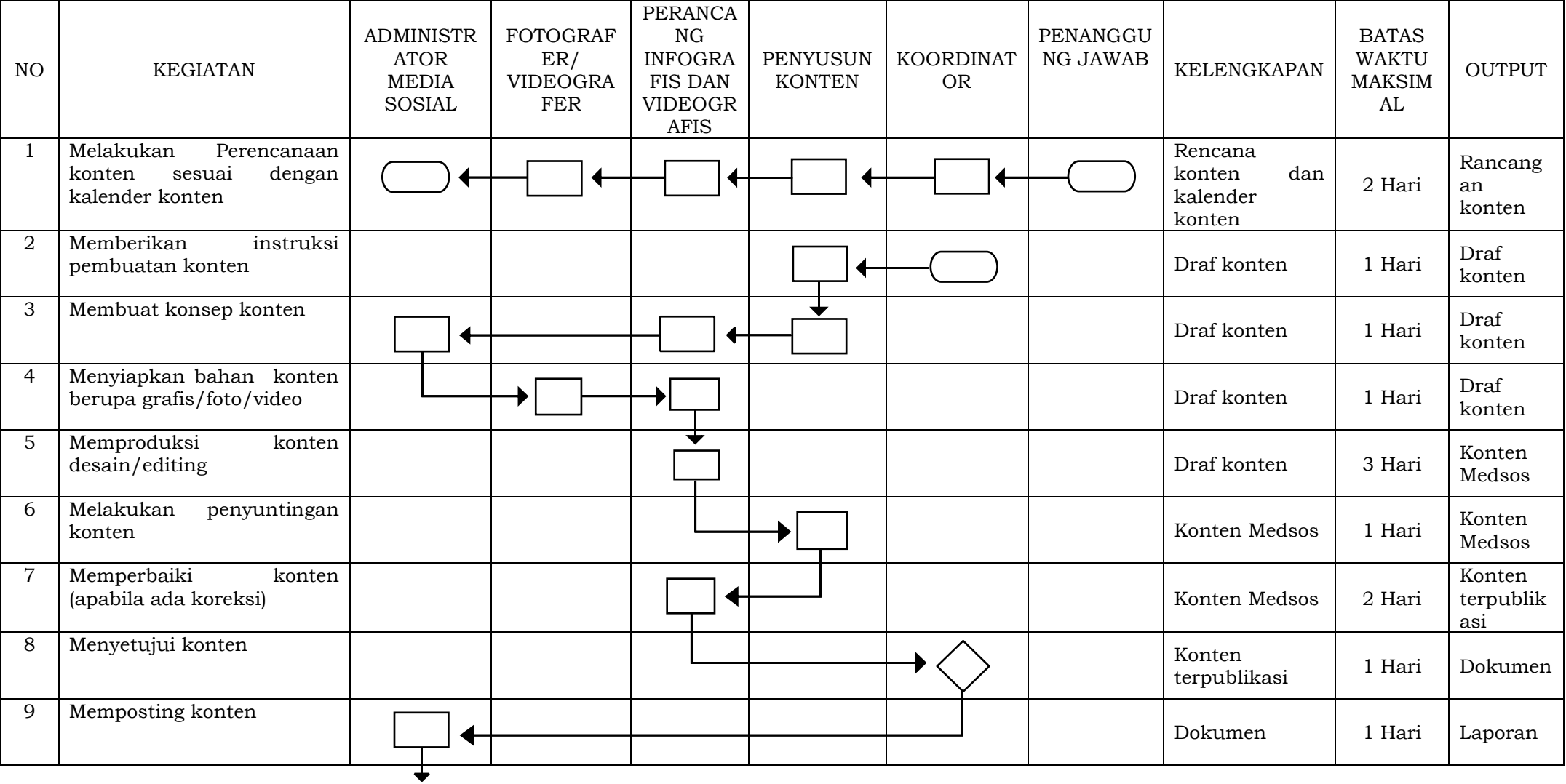
LAMPIRAN II
KEPUTUSAN SEKRETARIS MAHKAMAH AGUNG
REPUBLIK INDONESIA
NOMOR : 14106/SEK/SK.HM1.1/X/2026
TANGGAL : 9 Oktober 2026

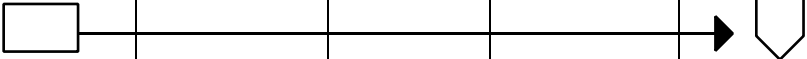
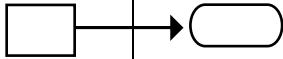
STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR PUBLIKASI MEDIA SOSIAL

- A. Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan pedoman dalam operasionalisasi atau aktivitas Media Sosial pada Mahkamah Agung dan badan peradilan yang berada di bawahnya.
- B. SOP digunakan dengan tujuan:
 - 1. memberikan pedoman bagaimana mekanisme ataupun proses dan prosedur dalam publikasi konten di media sosial;
 - 2. menjadi pedoman dalam proses publikasi media sosial agar lebih terarah, sistematis, teratur, dan produktif;
 - 3. menjelaskan siapa saja yang terlibat, memiliki tanggung jawab, dan melakukan koordinasi serta alur komunikasi selama proses publikasi media sosial;
 - 4. menjaga konsistensi maupun ciri khas konten media sosial; dan
 - 5. memberikan informasi yang jelas dalam penyelesaian setiap tahapan dalam publikasi media sosial secara proporsional.
- C. SOP yang berlaku dalam pengelolaan Media Sosial sebagai berikut:

SOP Publikasi Media Sosial

Berikut ini adalah SOP publikasi Media Sosial di lingkungan Mahkamah Agung dan badan peradilan yang berada di bawahnya:



10	Membuat laporan tentang Publikasi Konten pada Media Sosial							Dokumen	1 Hari	Laporan
11	Melakukan Evaluasi Konten							Dokumen	1 Hari	Laporan



Ditandatangani secara elektronik oleh:
Plt. Sekretaris Mahkamah Agung RI

Sobandi

