

A person wearing a red hooded jacket and dark pants stands on a dark, rocky beach, looking towards a massive waterfall. A vibrant rainbow arches across the scene, starting from the base of the waterfall on the right and extending towards the left. The sky is overcast and grey, and the water of the waterfall is white and turbulent. The overall mood is contemplative and serene.

Pengelolaan Konten dan Media Komunikasi Publik

Nursodik Gunarjo

Pranata Humas Ahli Madya Kemkominfo

PM Kominfo Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Urusan Pemerintahan Konkuren Bidang Komunikasi dan Informatika

Sub Urusan Informasi dan Komunikasi Publik:

1. Perumusan kebijakan teknis bidang informasi dan komunikasi publik;
2. Monitoring opini dan aspirasi publik;
3. Monitoring informasi dan penetapan agenda prioritas komunikasi pemda;
4. **Pengelolaan konten dan perencanaan media komunikasi publik;**
5. **Pengelolaan media komunikasi publik;**
6. Pelayanan informasi publik;
7. Layanan hubungan media;
8. Kemitraan dengan pemangku kepentingan;
9. Manajemen komunikasi krisis;
10. Penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik; dan
11. Dukungan administratif, keuangan, dan tata kelola komisi informasi di daerah



Pengelolaan Konten dan Perencanaan Media Komunikasi Publik

- Diturunkan menjadi petunjuk teknis yang isinya meliputi:
 1. **Penyusunan strategi komunikasi publik**
 2. **Pengemasan konten**
 3. **Pengelolaan media komunikasi publik**



A. Penyusunan Strategi Komunikasi Publik





1. Menetapkan Tujuan

- a. Mengidentifikasi dan menganalisis seluruh rekomendasi monitoring opini dan aspirasi publik serta monitoring informasi dan penetapan agenda prioritas komunikasi Pemda**
- b. Merumuskan permasalahan dan pendekatan solusi komunikasi publik yang relevan dengan daerahnya**
- c. Menyusun dan menetapkan tujuan**

A woman with dark hair pulled back, wearing a light-colored blazer, is shown in profile on the left, gesturing with her hands as if speaking. A man with dark hair, wearing a light blue shirt, is shown in profile on the right, looking towards the woman. The background is a bright, out-of-focus office environment with windows.

Menetapkan Tujuan

a. Mengidentifikasi dan menganalisis seluruh rekomendasi monitoring opini dan aspirasi publik serta monitoring informasi dan penetapan agenda prioritas komunikasi Pemda

- Isu yang menonjol dalam jangka panjang
- Ragam isu yang berdampak pada kepentingan publik, khususnya yang disorot media
- Proyeksi isu terkait kebijakan dan program yang mungkin terjadi
- Isu yang menjadi prioritas pemda

A woman with dark hair pulled back, wearing a light-colored blazer, is shown in profile on the left, gesturing with her hands as if speaking. A man with dark hair, wearing a light blue shirt, is shown in profile on the right, looking towards the woman. They appear to be in a professional meeting or discussion. The background is a bright, out-of-focus office environment with windows.

Menetapkan Tujuan

b. Merumuskan permasalahan dan pendekatan solusi komunikasi publik yang relevan dengan daerahnya

- Dari monitoring, survey persepsi atau pooling, akan diketahui apa yang menjadi permasalahan komunikasi publik di daerah
- Dikembangkan pendekatan solusi komunikasi publik untuk merespon rumusan permasalahan
- Tujuan: agar publik memahami rencana program, program yang sedang dilakukan, program yang telah selesai dilaksanakan

Menetapkan Tujuan

c. Menyusun dan menetapkan tujuan

- Meningkatkan pemahaman publik terhadap program, kebijakan dan kegiatan prioritas
- Meningkatkan kepercayaan publik terhadap program, kebijakan dan kegiatan prioritas
- Meningkatkan citra positif program, kebijakan dan kegiatan prioritas
- Meningkatkan citra pemda

2. Menetapkan Target Khalayak

- a. **Mengidentifikasi khalayak berdasarkan isu dari hasil monitoring opini dan aspirasi publik serta monitoring informasi dan penetapan agenda prioritas komunikasi Pemda**
- b. **Menetapkan khalayak berdasarkan hasil identifikasi khalayak**



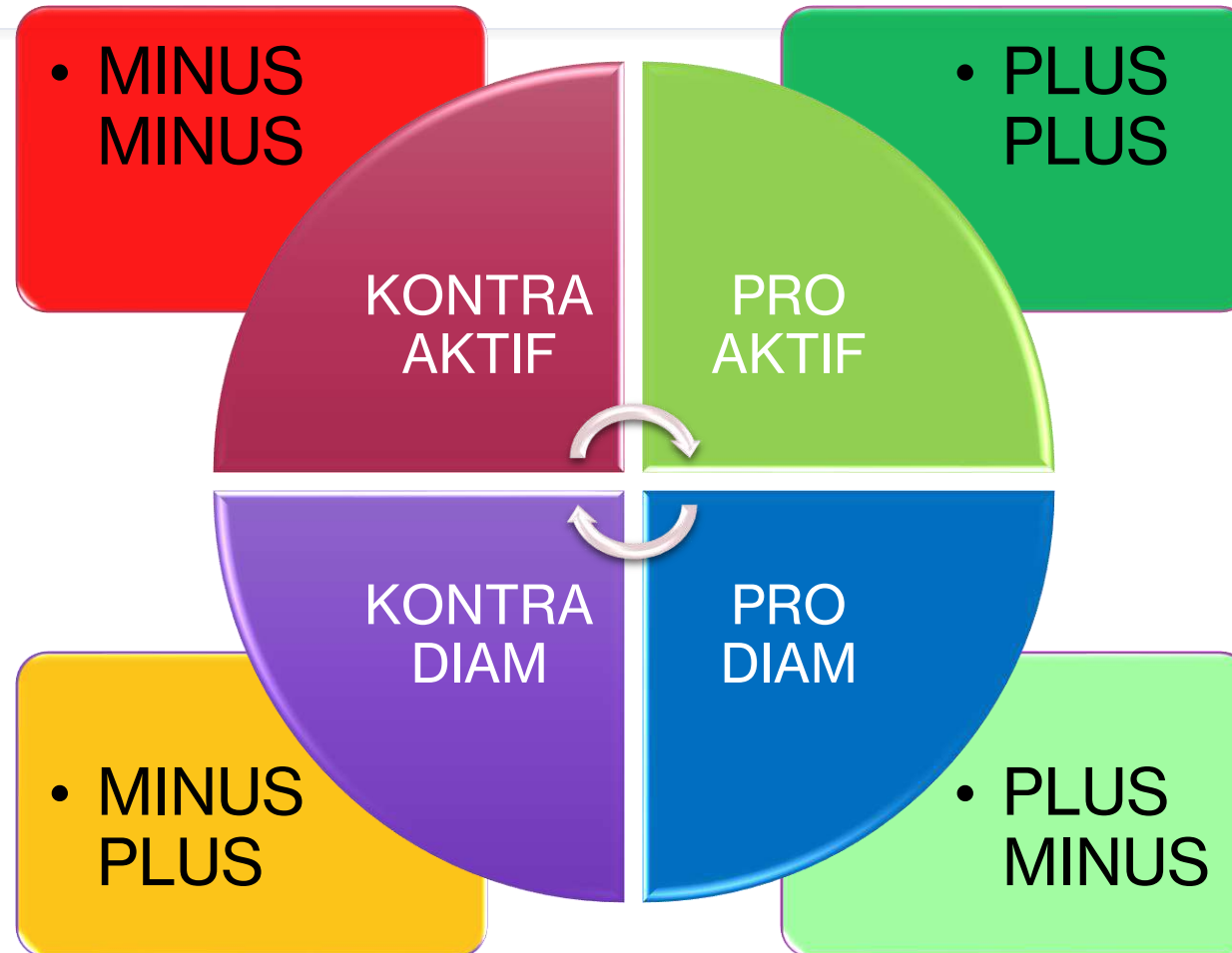
Menetapkan Target Khalayak

a. Mengidentifikasi khalayak berdasarkan isu dari hasil monitoring opini dan aspirasi publik serta monitoring informasi dan penetapan agenda prioritas komunikasi Pemda

- Demografi
- Saluran komunikasi yang digunakan
- Kecenderungan sikap/perilaku terkait program dan kebijakan



Kecenderungan Perilaku Terkait Program dan Kebijakan



Menetapkan Target Khalayak

b. Menetapkan khalayak berdasarkan hasil identifikasi khalayak

- Menggunakan pendekatan umum (karakteristik publik di daerah)
- Dilengkapi dengan penjelasan tentang pemangku kepentingan di daerah, termasuk kelompok masyarakat yang menjadi sasaran program Pemda
- Hasil: Matriks siapa, di mana, disentuh dengan media apa



3. Menetapkan Materi Konten

- a. Mengumpulkan dan memilah semua hasil rekomendasi kebijakan komunikasi publik untuk ditetapkan menjadi materi konten komunikasi publik;
- b. Menentukan penyajian konten di media cetak, media daring, media sosial, radio, dan televisi, serta media luar ruang.

CONTENT



Menetapkan Materi Konten

a. **Mengumpulkan dan memilah semua hasil rekomendasi kebijakan komunikasi publik untuk ditetapkan menjadi materi konten komunikasi publik**

- Berdasarkan data resmi yang baik, lengkap, valid dan reliabel
- Dari data disusun pesan tactical sesuai media dan event (anual/temporal)

CONTENT



Menetapkan Materi Konten

b. Menentukan penyajian konten di media cetak, media daring, media sosial, radio, dan televisi, serta media luar ruang.

- Dibuat sesuai karakteristik konten untuk media yang dipakai baik media massa, medsos, maupun *own media* termasuk tatap muka
- Sesuai karakteristik khalayak yang disasar

CONTENT



The background of the slide features two professional video cameras on a set. On the left, a camera is mounted on a rig with a boom microphone extending towards the center. On the right, another camera is shown from a different angle, also on a rig. The background is a blurred scene of people, suggesting a studio or production environment.

4. Menentukan Media

- Media ditentukan dengan cara mengidentifikasi dan menetapkan media berdasarkan: tujuan, preferensi target khalayak, konten, dan ketersediaan akses informasi
 - Tidak ada the one and only media
 - Pendekatan MMM

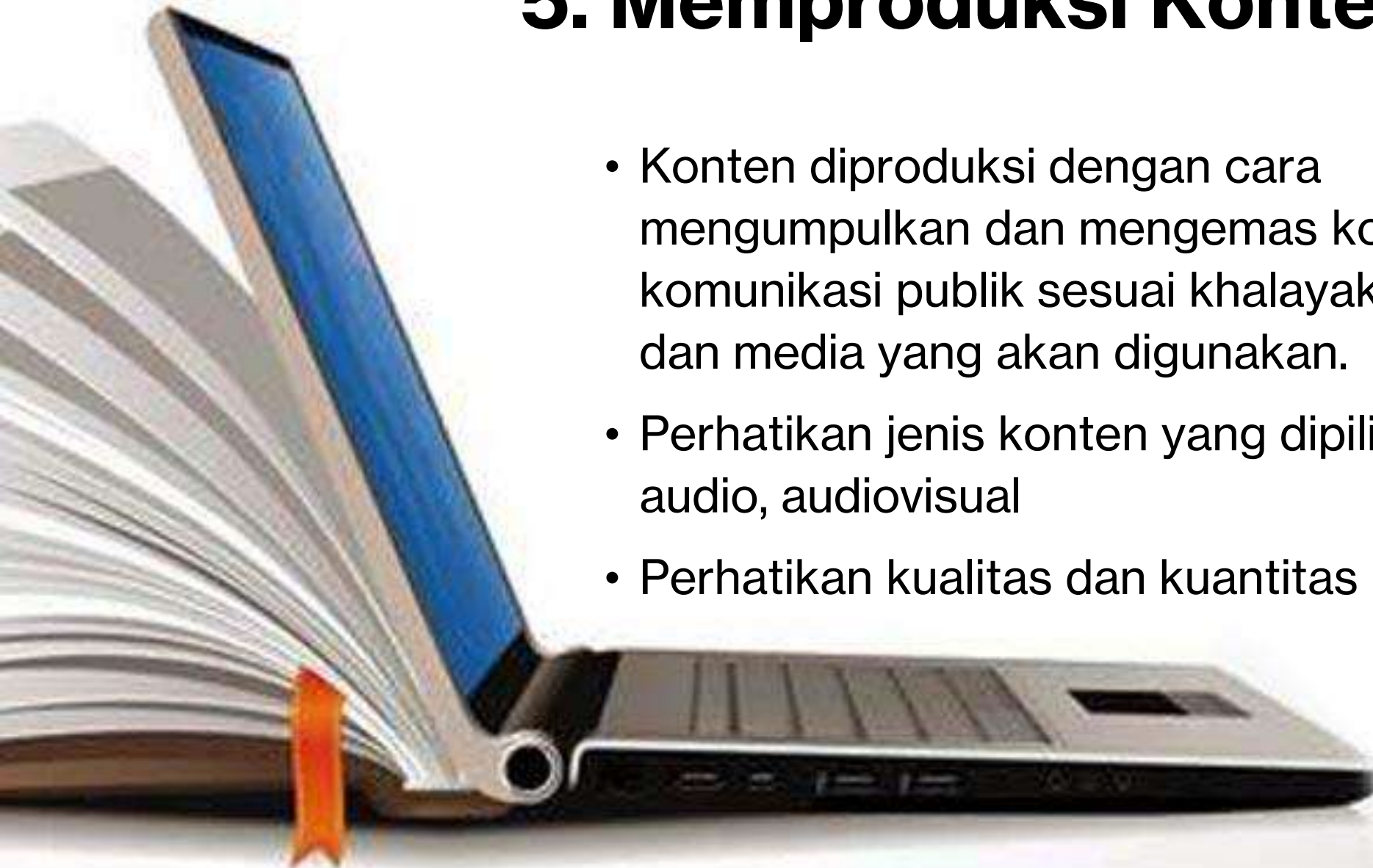
Menentukan Media

- Membuat rencana aksi “media buying”

No	Periode	Jenis Konten	Topik Konten	Aktivitas Komunikasi Publik	Output	Media Komunikasi Publik
1	Januari	Konten Teks, Visual, Audio Visual dan Tatap Muka	Pencanangan Program Prioritas Pemerintah 2021 Bidang infrastruktur, pelayanan kesehatan dan pemberdayaan ekonomi	Media Massa: <ul style="list-style-type: none">• Konferensi Pers Awal Tahun• Wawancara• Media• Distribusi Siaran Pers	Pemberitaan Program Prioritas 2021 di media <i>mainstream</i> dan media lokal terkemuka	Surat Kabar Media Online Radio Televisi
				Media Sosial		Likes, view dan metion

5. Memproduksi Konten

- Konten diproduksi dengan cara mengumpulkan dan mengemas konten komunikasi publik sesuai khalayak sasaran dan media yang akan digunakan.
- Perhatikan jenis konten yang dipilih: visual, audio, audiovisual
- Perhatikan kualitas dan kuantitas





6. Penyelenggaraan Media Komunikasi Publik Milik Pemda

- Menetapkan tim redaksi dan tim media sosial serta membagi tugas rencana kerja tim
- Membuat standar operasional prosedur dan melakukan rapat redaksi secara periodik
- Menentukan informasi publik yang akan dimuat dan layout/design media; mencetak/menerbitkan media dan/atau memutakhirkan isi media milik Pemda yang menjadi kewenangan Dinas
- Mengevaluasi pengelolaan media milik Pemda

7. Penyelenggaraan Diseminasi Pesan



- Mengirim konten dan memastikan konten diterima
- Mendiseminasikan konten melalui media yang sudah ditentukan sebelumnya (termasuk konten prioritas komunikasi nasional)

8. Evaluasi Penggunaan Media Komunikasi

- Memantau pemuatan konten berdasarkan waktu dan frekuensi tayang
- Menilai ketepatan pemuatan konten dan mengevaluasi penggunaan Media Komunikasi Publik.



Evaluasi Melalui Audit Komunikasi Publik



- Fungsi audit komunikasi publik
 - mengetahui posisi instansi pemerintah daerah di mata publiknya
 - mengetahui tingkat keberhasilan program komunikasi yang diukur berdasarkan tujuan komunikasi tersebut (untuk awareness, knowledge, image, dan sebagainya)
 - mengetahui efektivitas pesan yang disampaikan
 - mengetahui kekurangan dari tiap program komunikasi yang telah dilakukan untuk kemudian dijadikan acuan untuk merancang strategi komunikasi baru berikutnya yang lebih baik

B. Pengemasan Konten

- Prinsip kelengkapan 5W+H
- Membuat kemasan konten dengan strategi signing, framing, priming
- Memahami sifat dan karakteristik media yang akan digunakan
- Memahami karakteristik khlayak yang disasar
- Memilih jenis konten yang tepat: teks, image, audio, audiovisual
- Memperhatikan ketersediaan akses informasi



Produksi Konten

1. Teks:

- Persiapan
- Pembuatan Kerangka
- Menulis detil konten
- Pembuatan media pendukung: gambar, grafik, infografik, video
- Double check
- Revisi



Produksi Konten



2. Visual:

- Foto Dokumentasi
- Foto Kutipan
- Poster
- Infografik

Produksi Konten

3. Audio:

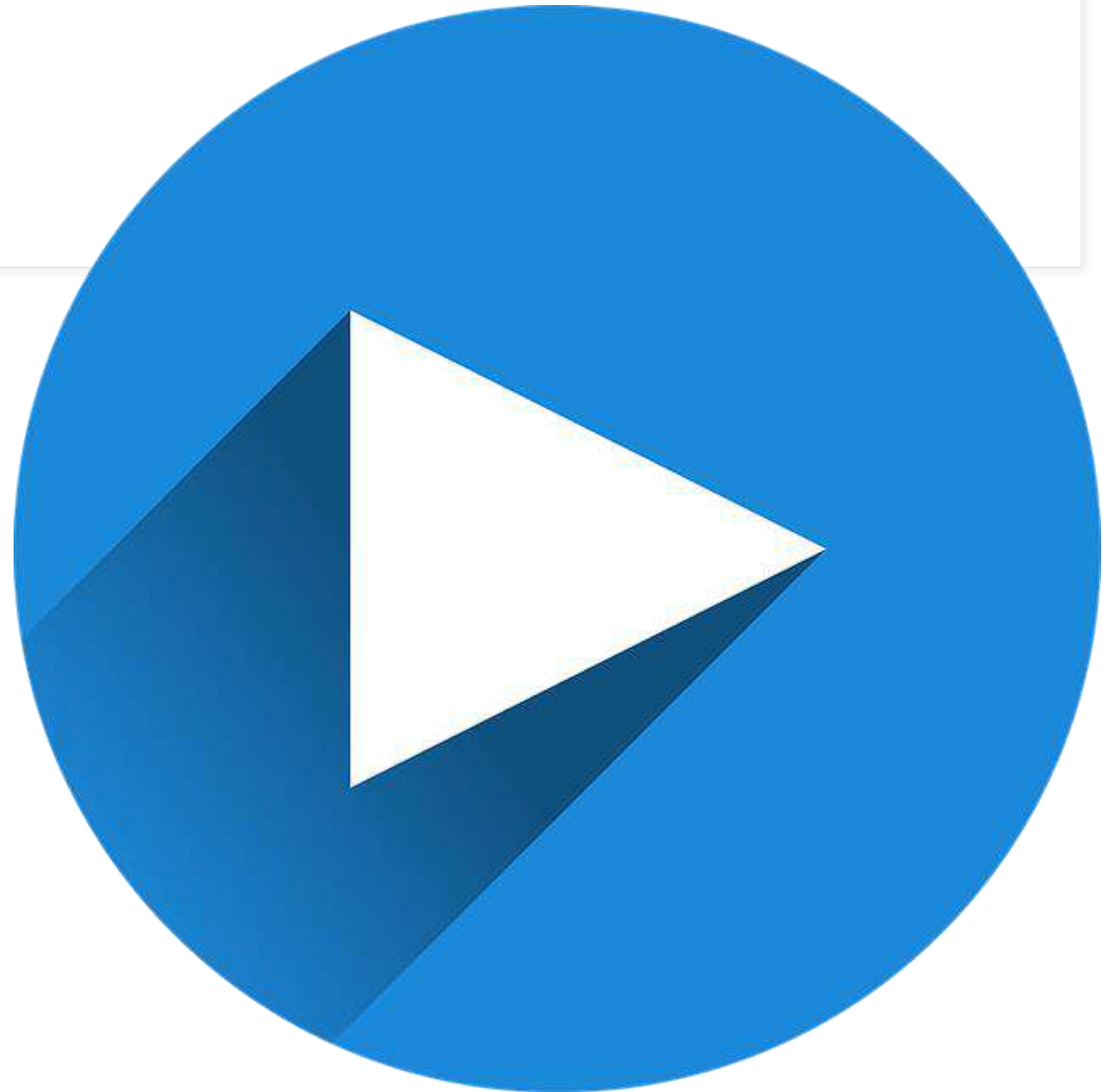
- Audio Podcast
- Audio pendukung audio visual



Produksi Konten

4. Audio Visual:

- Video Grafik
- Video Slide Show
- Video Reportase



Produksi Konten

5. Tatap Muka:

Konten bebas dengan memperhatikan prinsip:

- Tujuan forum harus jelas
- Isi bersifat baru dan menarik
- Bermanfaat bagi yang hadir
- Source/Influencer dan pembawa acara, host, moderator yang sesuai dengan audience



C. Pengelolaan Media Komunikasi Publik

- Media komunikasi publik adalah semua media yang dimiliki oleh pemda yang jenisnya meliputi:
 - Media cetak;
 - Media penyiaran;
 - Media daring;
 - Media sosial;
 - Media luar ruang;
 - Komunikasi tatap muka.



Ruang Lingkup Pengelolaan



- 1. Penyelenggaraan Media Komunikasi Publik milik Pemerintah Daerah**
- 2. Penyelenggaraan diseminasi pesan di media**
- 3. Evaluasi penggunaan Media Komunikasi Publik.**

Ruang Lingkup Pengelolaan

1. Penyelenggaraan Media Komunikasi Publik Milik Pemerintah Daerah

- Pengelolaan media komunikasi publik oleh tim redaksi atau tim admin yang meliputi media cetak, media daring dan media sosial
- Dilakukan dengan cara menetapkan tim redaksi, standar operasional prosedur, informasi publik yang akan dimuat dan memutakhirkan isi media serta mengevaluasi media pengelolaan media milik pemma.
- Hal ini berlaku untuk media cetak (majalah, buletin atau newsletter), media daring (situs web) dan media sosial (akun facebook, twitter, Instagram dan youtube)



Ruang Lingkup Pengelolaan

2. Penyelenggaraan Diseminasi Pesan di Media

- Pengelolaan media luar ruang dan media komunikasi tatap muka milik Pemda serta media yang diperoleh dari aktivitas hubungan media
- Dilakukan dengan cara mengirim konten dan memastikan konten diterima serta mendiseminasikan konten melalui media tersebut



**OUTDOOR
ADVERTISING
MOCK UP**

Ruang Lingkup Pengelolaan

3. Evaluasi penggunaan Media Komunikasi Publik.

- Evaluasi media cetak, media daring dan media sosial yang dikelola Pemda.
- Dilakukan dengan memantau pemuatan konten berdasarkan waktu dan frekuensi tayang dan menilai ketepatan pemuatan konten dan mengevaluasi penggunaan media komunikasi.



Menetapkan Tim Redaksi dan Tim Media Sosial



- **Tim Redaksi:**

- Pimred
- Redaktur
- Reporter
- Fotografer/Videografer
- Desainer Grafis/Penata Letak

- **Tim Medsos**

- Admin
- Konten Kreator

Membuat SOP

- Format mengacu pada format baku SOP pemerintah (misalnya mengikuti Permenpan No 35 Tahun 2012 tentang Pedoman Penyusunan Standar Operasional Prosedur Administrasi Pemerintahan)
- SOP berlaku berlaku untuk media cetak, media sosial maupun media daring yang dikelola oleh tim redaksi atau tim media sosial yang ditetapkan Pemerintah Daerah melalui Dinas Kominfo.
- SOP untuk media komunikasi public sekurang-kurangnya mencakup unsur:
 1. Pemilihan isu atau tema
 2. Penyusunan rubrikasi atau daftar konten
 3. Perumusan tata letak
 4. Penentuan narasumber
 5. Pembagian tugas dan tenggat waktu
 6. Penetapan jadwal tayang



Membuat SOP



Manfaat SOP:

1. Sebagai standarisasi cara dalam menyelesaikan pekerjaan guna mengurangi kesalahan dan kelalaian.
2. Membantu staf menjadi lebih mandiri dan tidak tergantung pada intervensi manajemen, sehingga akan mengurangi keterlibatan pimpinan dalam pelaksanaan proses sehari-hari.
3. Meningkatkan akuntabilitas dengan mendokumentasikan tanggung jawab khusus dalam melaksanakan tugas.
4. Menciptakan ukuran standar kinerja yang akan memberikan cara konkret untuk memperbaiki kinerja serta membantu mengevaluasi usaha yang telah dilakukan.
5. Menciptakan bahan-bahan training yang dapat membantu pegawai baru untuk cepat melakukan tugasnya.
6. Menunjukkan kinerja bahwa organisasi efisien dan dikelola dengan baik.
7. Menyediakan pedoman bagi setiap pegawai di unit pelayanan dalam melaksanakan pemberian pelayanan sehari-hari.
8. Menghindari tumpang tindih pelaksanaan tugas pemberian pelayanan.
9. Membantu penelusuran terhadap kesalahan-kesalahan prosedural dalam memberikan pelayanan, menjamin proses pelayanan tetap berjalan dalam berbagai situasi.

Membuat SOP

Langkah-langkah dalam Pembuatan SOP:

1. Melakukan observasi secara langsung di lapangan untuk memberikan gambaran aktivitas atau proses kerja yang ada dalam suatu prosedur kerja.
2. Melakukan studi perbandingan atau *benchmarking* dengan perusahaan sejenis sehingga dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dari prosedur kerja yang terjadi di lapangan.
3. Melakukan pembuatan SOP dengan menggunakan data atau informasi yang diperoleh di lapangan, dan dengan hasil studi perbandingan dari perusahaan lain.
4. Melakukan analisa pada SOP yang telah dibuat apakah telah sesuai dengan prosedur kerja di lapangan dan apakah SOP telah berjalan dengan efektif untuk mencapai tujuan manajemen, dan jika diperlukan membuat analisa perbaikan untuk memperbaiki prosedur kerja yang berlangsung.
5. Apabila SOP sudah tidak dapat mewakili kondisi di lapangan maka perlu dilakukan revisi atau perbaikan SOP



Pemuatan Pesan Komunikasi Publik

- Liputan sudah dilaporkan kepada redaksi sebagai pemberi tugas
- Redaksi mengoreksi dan memberi masukan sebelum dikategorikan layak dipublikasikan
- Keputusan mengenai kelayakan tayang hasil peliputan dilakukan oleh pemberi tugas.
- Hasil liputan sebaiknya dibuat dalam dua format yaitu cetak dan digital. Hal ini semata-mata karena beragamnya saluran media yang digunakan sebagai sarana diseminasi informasi publik oleh Pemerintah Daerah.



Mencetak/Menerbitkan Media

- Kesiapan fisik materi yang akan dicetak.
- Sebaiknya dibuat dummy terlebih dahulu untuk disetujui sebelum dicetak
- Kesiapan jenis bahan cetak
- Ukuran yang berlaku umum biasanya A4 untuk majalah atau newsletter tetapi bisa juga disesuaikan dengan perencanaan penerbitan
- Jenis cetak umumnya menggunakan full color, namun dapat disesuaikan dengan anggaran yang tersedia
- Dapat menggunakan Digital Printing atau menggunakan cetak Offset



Mengelola Situs Web

- Konten harus sesuai dengan perencanaan editorial atau perencanaan tim redaksi
- Menyisipkan gambar atau video menarik dan harus relevan
- Posting konten secara berkala dan konten yang dimuat merupakan konten informasi terkini.
- Memiliki konektivitas dengan akun media sosial Pemda.



Memutakhirkan Konten Media Sosial

- Berpedoman pada tujuan pembuatan dan informasi yang ingin disampaikan berdasarkan rapat redaksi (perencanaan editorial).
- Harus berorientasi untuk menghadirkan konten yang mudah dibagikan (*shareable*) oleh warganet dengan memperhatikan tren atau situasi terkini sesuai agenda setting Pemda.
- Memperhatikan karakteristik *peak season* jadwal unggah di masing-masing medsos
- Memperhatikan jenis konten yang “laku jual” untuk masing-masing medsos



Diseminasi Pesan Melalui Media

- Media Milik Sendiri:
 - Baliho
 - Videotron
 - Banner/Spanduk
 - Komunikasi Tatap Muka
- Media Earned/Didapat
 - Konferensi pers, kunjungan media, media gathering, media briefing, wawancara, dan lain sebagainya.
- Paid Media
 - Iklan atau blocking time di media penyiaran, advertorial di surat kabar harian/koran dan majalah serta media online, social media ads (facebook, Instagram, youtube) dan media luar ruang (out of home).



Evaluasi Media Komunikasi Publik

Media	Tool	Komponen Evaluasi
Cetak	Kuesioner	Profil Pembaca, Distribusi, Penggunaan Media, Pemenuhan Kebutuhan Informasi
Daring	Kuesioner Daring	Kemudahan penggunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi pelayanan, keseluruhan
Medsos	Google Analitic, Facebook Insight, Twitter Analytics Tool, Instagram Calculator	Jangkauan, frekuensi dan lalu-lintas percakapan, pengaruh, percakapan dan keberhasilan

Thank
you

