

# Strategi Diseminasi Pesan Kunci Pimpinan kepada Publik

Oleh: Asmono Wikan

Founder dan Chief Editor PR INDONESIA

Disampaikan pada Simposium Pranata Humas  
Dinas Kominfo Propinsi Jawa Tengah,  
Semarang, 24 Juli 2019



It's me...

## **“Fasilitator” dunia PR dan Media di Indonesia**

22 Tahun di Dunia dan industri komunikasi  
pemasaran di Indonesia. (Advertising,  
Pers, dan Public Relations)

---

Asmono Wikan

Alumni Ilmu Komunikasi  
FISIP Universitas Diponegoro

[asmono.wikan@gmail.com](mailto:asmono.wikan@gmail.com)  
@asmonowikan



**Asmono Wikan**





# Key Message, apa itu?

Pesan Kunci adalah Pesan yang menjadi PIJAKAN dalam membuat setiap PERNYATAAN .

Key Messages menjadi ACUAN dalam merancang Strategi dan Program Komunikasi.



**Pesan Kunci**

**vs**

**Tagline**

**vs**

**Pernyataan**





## PESAN KUNCI

Poin-poin sebuah isu/peristiwa yang disusun sebagai bahan untuk menyampaikan pernyataan kepada publik.

Contoh : D'Cost menyajikan menu makanan terbaik dengan harga yang murah.

## TAGLINE

Pernyataan positioning sebuah layanan atau produk.

Contoh : D'Cost: "Rasa Bintang Lima, Harga Kaki Lima".

## PERNYATAAN

Susunan kalimat yang dibentuk dari satu atau beberapa Pesan Kunci untuk menegaskan SIKAP terhadap sebuah ISU/PERISTIWA.

Contoh : Layanan dan makanan yang disajikan D'Cost adalah yang terbaik dengan harga yang murah.



# Contoh PERNYATAAN

“Upaya perwujudan visi-misi serta program kerja gubernur menuntut manajemen pemerintahan daerah yang efektif, efisien serta akuntabel. Mulai dari tahapan perencanaan, penganggaran, serta pengendalian dan evaluasi,” ujar Sekda Jateng Dr Ir Sri Puryono KS MP, Surakarta, Kamis (16/7).

**APA Pesan Kunci dari Pernyataan SEKDA tersebut? Apa makna dari pesan-pesan kunci itu?**

# Menjabarkan Pesan **Kunci** **Pemimpin**



Pahami Maksud dan Tujuan Pesan Kunci yang disampaikan Pemimpin Anda.

Cari benang merah setiap Pernyataan Pemimpin dengan Visi – Misinya.

Buatlah program komunikasinya.

## 5 PESAN KUNCI Pidato Presiden Jokowi di Sentul - 14 Juli 2019







**Pertama,** pembangunan infrastruktur akan terus kita lanjutkan! Infrastruktur yang besar-besar telah kita bangun. Ke depan, kita akan lanjutkan dengan lebih cepat dan menyambungkan infrastruktur-infrastruktur besar tersebut, seperti jalan tol, kereta api, pelabuhan, dan bandara dengan kawasan-kawasan produksi rakyat

---

**Kedua**, pembangunan SDM. Kita akan memberikan prioritas kepada pembangunan-pembangunan sumber daya manusia.

Pembangunan SDM menjadi kunci Indonesia ke depan. Titik dimulainya pembangunan SDM adalah dengan menjamin kesehatan ibu hamil, sejak hamil, kesehatan bayi, kesehatan balita, kesehatan anak usia sekolah. Ini merupakan umur emas untuk mencetak manusia Indonesia unggul ke depan.





**Ketiga**, kita harus mengundang investasi yang seluas-luasnya dalam rangka membuka lapangan pekerjaan yang sebesar-besarnya. Jangan ada yang alergi terhadap investasi. Dengan cara inilah lapangan pekerjaan akan terbuka yang sebesar-besarnya. Oleh sebab itu, yang menghambat investasi, semuanya harus dipangkas, baik itu perizinan yang lambat, yang berbelit-belit, apalagi ada punglinya!

**Keempat**, sangat penting bagi kita untuk mereformasi birokrasi kita. Reformasi struktural! Agar lembaga semakin sederhana, semakin simpel, semakin lincah! Ini juga hati-hati! Kalau pola pikir, kalau mindset birokrasi tidak berubah, saya pastikan akan saya pangkas! Karena kecepatan melayani, kecepatan memberikan izin, menjadi kunci bagi reformasi birokrasi kita. Akan saya cek sendiri! Akan saya kontrol sendiri!

**Kelima**, kita harus menjamin penggunaan APBN yang fokus dan tepat sasaran. Karena setiap rupiah yang keluar dari APBN, semuanya harus kita pastikan memiliki manfaat ekonomi, memberikan manfaat untuk rakyat, meningkatkan kesejahteraan untuk masyarakat.



# Mengomunikasikan Pesan Kunci **Kepala Daerah** kepada **Publik**



- ❑ Gunakan MEDIUM Komunikasi yang tepat sesuai target audiens.
- ❑ Pergunakan gaya komunikasi bercerita (Storytelling) agar mudah dicerna audiens. Antara lain dengan memanfaatkan multimedia (audio, visual, dan teks).
- ❑ Pergunakan kalimat-kalimat yang sederhana (pendek dan jelas, tidak mempergunakan banyak anak kalimat).

- [https://www.youtube.com/watch?v=IEofKLKRP\\_U](https://www.youtube.com/watch?v=IEofKLKRP_U) (Creating Key Message)
- <https://www.youtube.com/watch?v=JXxRXvRpJWc> (Storytelling Case : Blue bird - #Lebihtenang)



# Latihan Kelompok!



- ❑ Identifikasi PESAN KUNCI dari Pidato Presiden Jokowi di Sentul (14/7/2019).



- ❑ Tentukan target audiens pesan kunci tersebut.

- ❑ Buatlah gagasan program komunikasinya.
- ❑ Presentasikan gagasan tersebut secara berkelompok.





“PR/HUMAS yang profesional adalah PR yang dewasa dan adaptif mengarungi arus zaman yang selalu berubah.”

**Asmono Wikan, 2019**

[asmono.wikan@gmail.com](mailto:asmono.wikan@gmail.com)

@asmonowikan

0811191936

[www.prindonesia.co](http://www.prindonesia.co)



*Thank You*

-----  
[www.prindonesia.co](http://www.prindonesia.co)  
[www.humasindonesia.id](http://www.humasindonesia.id)

