

MANAJEMEN MEDIA PUBLIKASI HUMAS PEMERINTAH

ANDRE RAHMANTO

Disampaikan pada FGD Dinas Kominfo Provinsi Jawa Tengah
Surakarta, 26 Juli 2019

Public Relations for Public Administration Better (Lee, 2012)

Tujuan demokratis

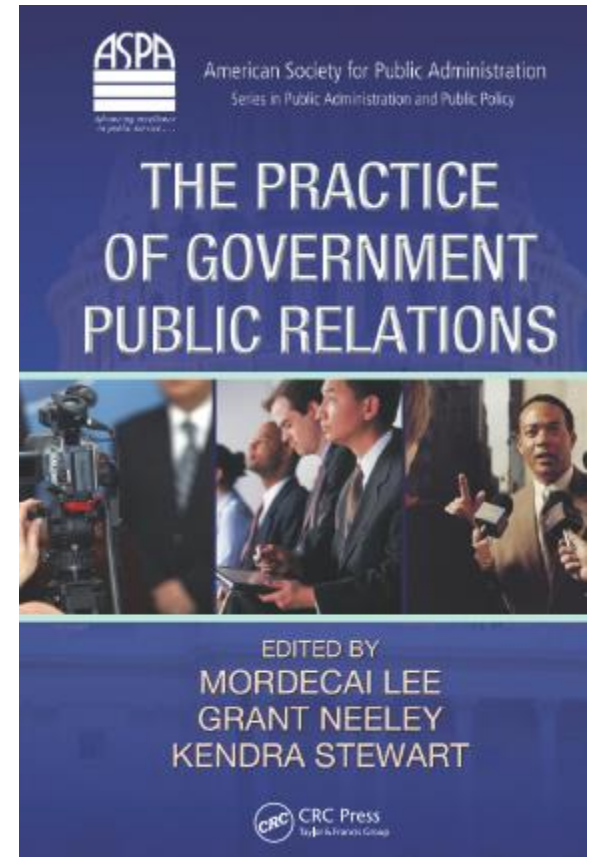
- Hubungan media
- Pelaporan publik
- Responsif terhadap masyarakat

Tujuan pragmatis

- Responsif terhadap publik/konsumen
- Meningkatkan pemanfaatan layanan dan produk
- Kampanye pendidikan & layanan public
- Mendorong kepatuhan masyarakat pd UU
- Mendorong partisipasi publik

Tujuan politis

- Meningkatkan dukungan publik



Fungsi Komunikasi Pemerintah

informing

*advocating/
persuading*

*engaging
citizens*

- Partisipasi publik sbg indikator efektivitas
- PR Bukan hanya juru bicara
- Melibatkan layanan berorientasi pelanggan
- Membangun kapasitas publik untuk *feedback* pemerintah

elements of government

Effectiveness

membangun dukungan dan legitimasi program

Responsiveness

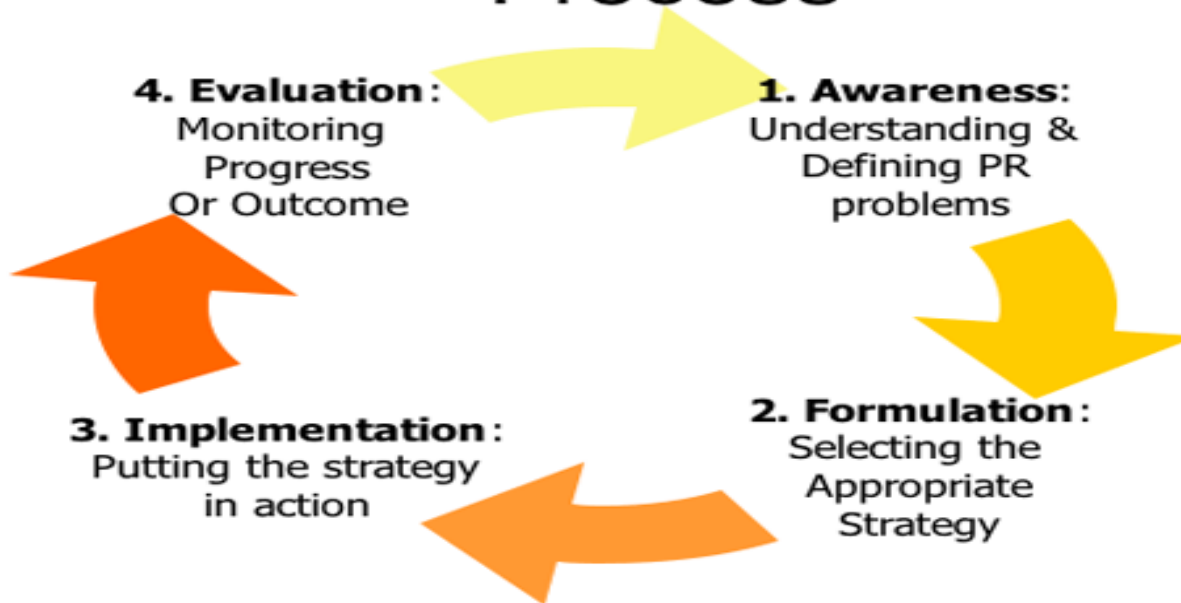
mengetahui kebutuhan warga dan meresponnya

Accountability

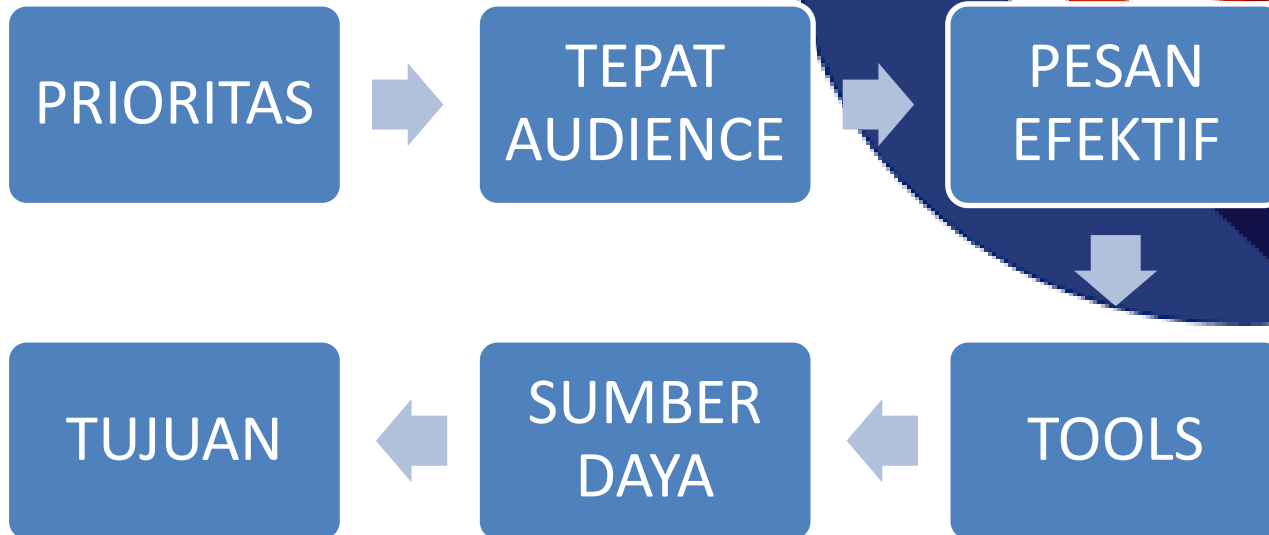
menjelaskan layanan pemerintah dan menyediakan mekanisme akuntabilitas pemerintah

Manajemen PR

4 Step PR Management Process



Stakeholder



Public Relations

Major Public Relations Tools

News

Speeches

Special events

Written materials

Audiovisual materials

Corporate identity materials

Public service activities

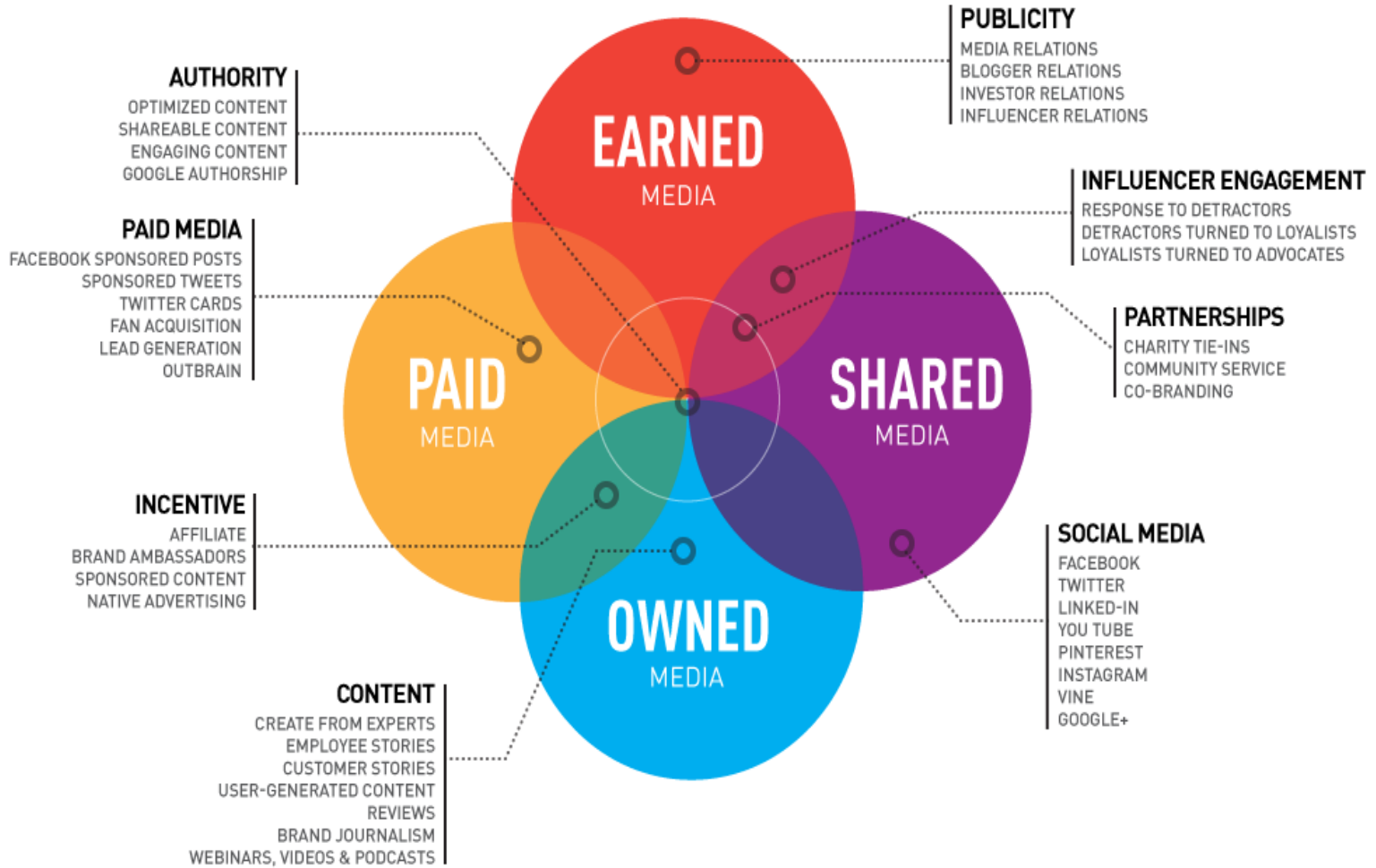
Buzz marketing

Social networking

Mobile tour marketing

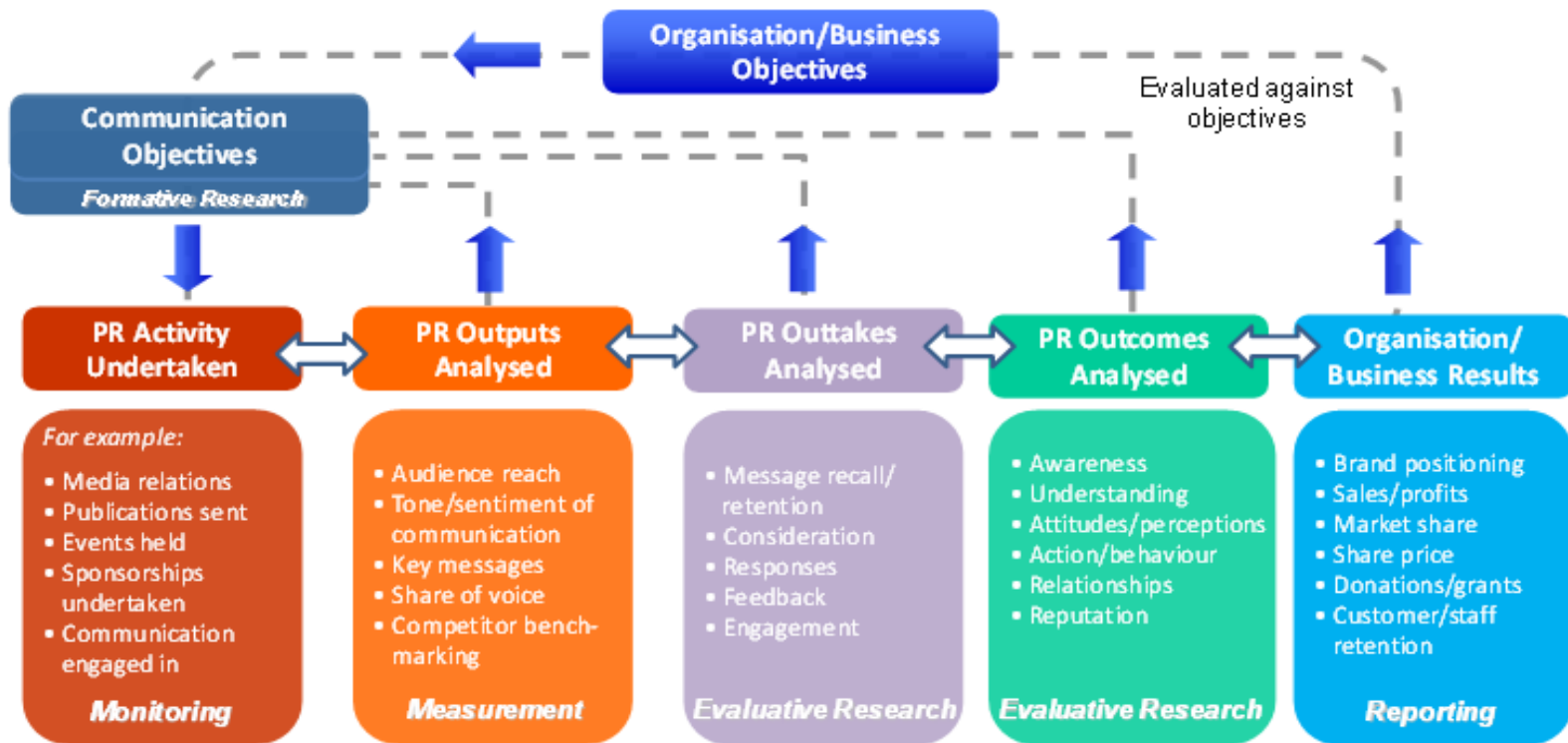
Internet

Media PR



Evaluasi PR

Australian PR Evaluation Model



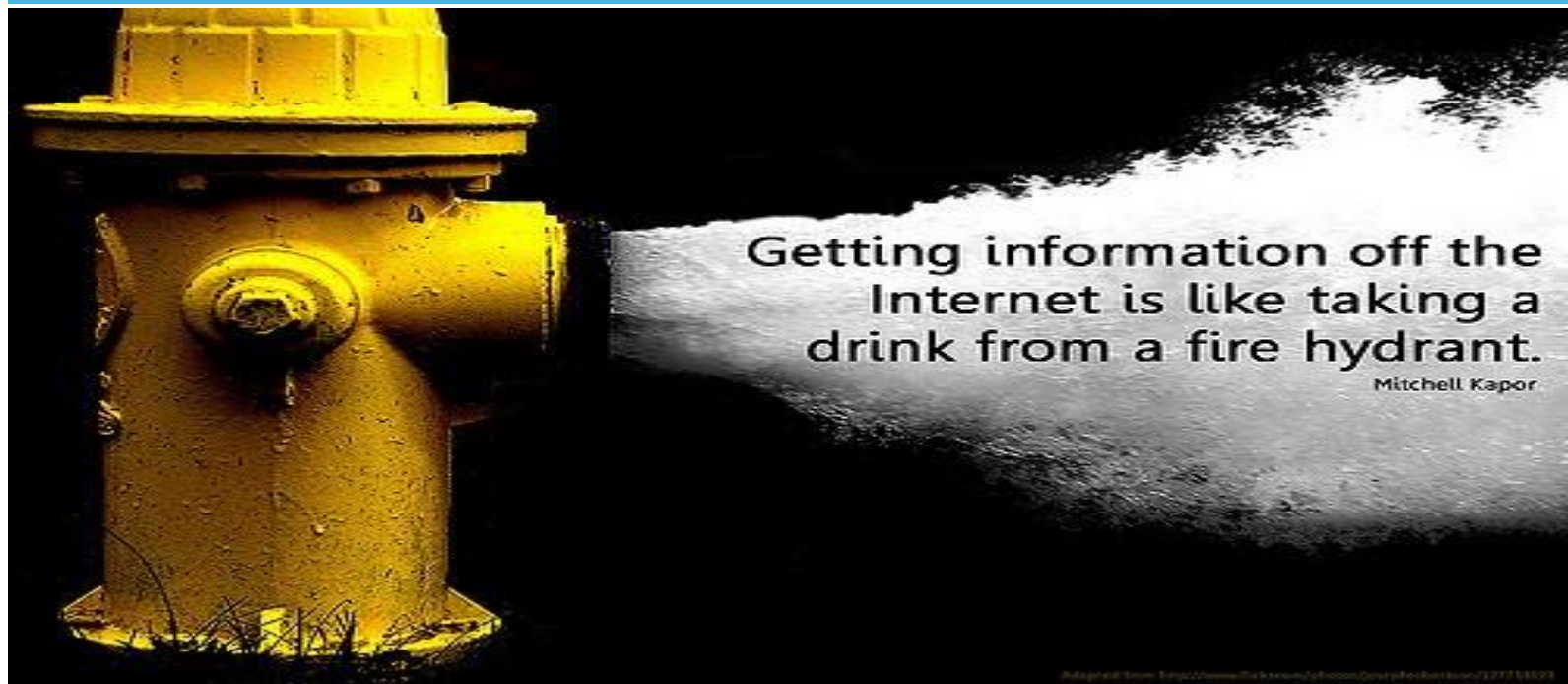
Q: Did activities generate outputs that reached publics effectively and efficiently?

What outtakes and outcomes were achieved among key publics and to what extent?

Did organisation/business results shift as a consequence?

"A Wealth of Information Creates a Poverty of Attention"

Herbert Simon

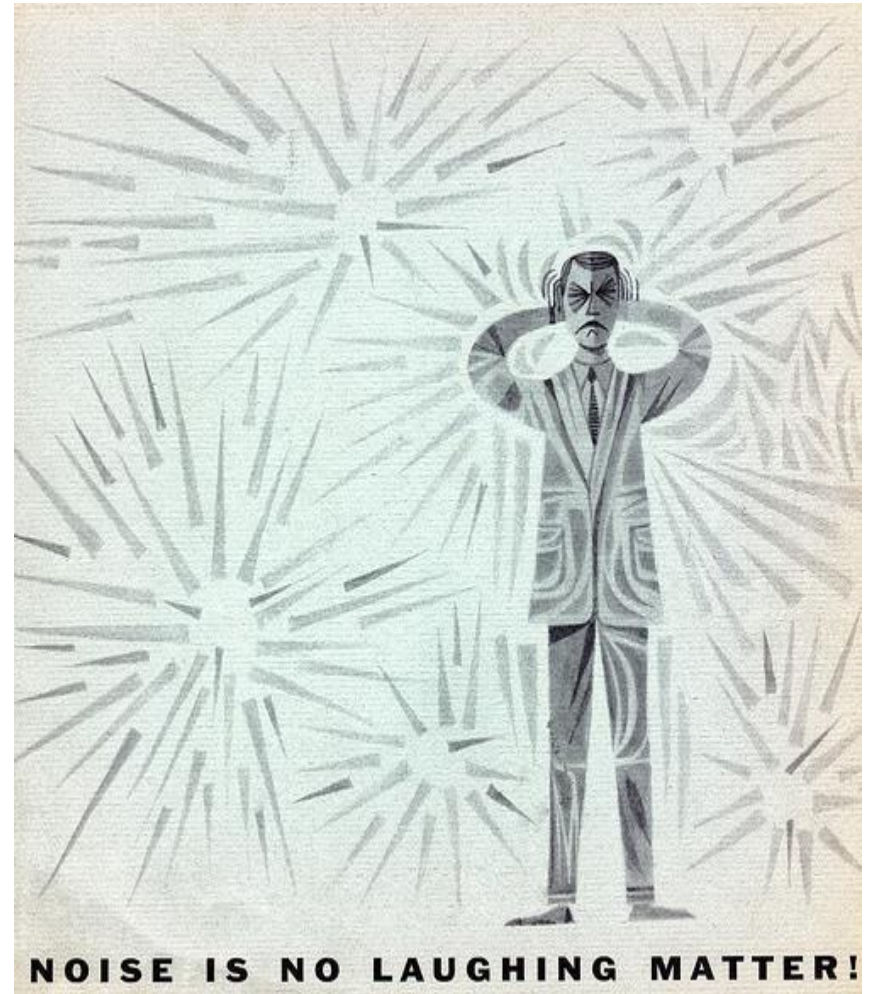


Getting information off the
Internet is like taking a
drink from a fire hydrant.

Mitchell Kapor

Kualitas Informasi

- Tingkat Kegunaan (Usefull)
- Nilainya (Valuable)
- Faktualitas (Factual)
- Keandalannya (Reliable)
- Ketepatannya (Precision)
- Kebenarannya (Truth)



HUMAS & HOAX

- Jangan memposting berita palsu; perhatikan akurasi dan kejujuran
- Jika Anda adalah korban sebuah berita palsu, pastikan relasi penting mengetahui sumber cerita dan informasinya palsu.
- Selalu gunakan sumber berita yang sah. Hindari thread media sosial
- Jangan berharap semua orang akan setuju dengan Anda.

<https://www.forbes.com/sites/robertwynne/2016/11/14/public-relations-in-a-post-factual-world/3/#231d7d5d7422>

Hoax Handling

- Membuat Klarifikasi.
- Duplikasikan Klarifikasi
- Mencegah Berita Hoax
- Sudah Diklarifikasi Tapi Berita Hoax Tetap Diterbitkan?
- Perlukah Upaya Hukum Terhadap Media?

HUMAS & MEDIA SOSIAL

(Permenpan Nomor 83/2012)

- menentukan khalayak sasaran yang tepat sesuai dengan segmentasi teknografis;
- memilih dan membuat akun media sosial yang sesuai dengan khalayak sasaran;
- membuat dan mengunggah pesan dengan melakukan tagging;
- memantau percakapan;
- menjawab komentar, masukan, atau pertanyaan khalayak;
- menganalisis dan menyarikan seluruh masukan khalayak (wisdom of the crowd) sebagai umpan balik bagi pembuatan/perbaikan kebijakan;
- memberikan rekomendasi tindak lanjut kegiatan, program, atau kebijakan sesuai dengan masukan dan aspirasi khalayak;
- menyebarkan kebijakan dan tindak lanjut pelaksanaan program.



Keterbukaan Informasi Publik

Membentuk Opini Publik melalui Informasi yang akurat

Informasi Publik yang akurat dapat mencegah rumor negatif dan tidak benar beredar

Meminimalisir Korupsi dan Penyalahgunaan Informasi Orang Dalam

Memperbaiki kinerja Badan Publik secara lebih tepat

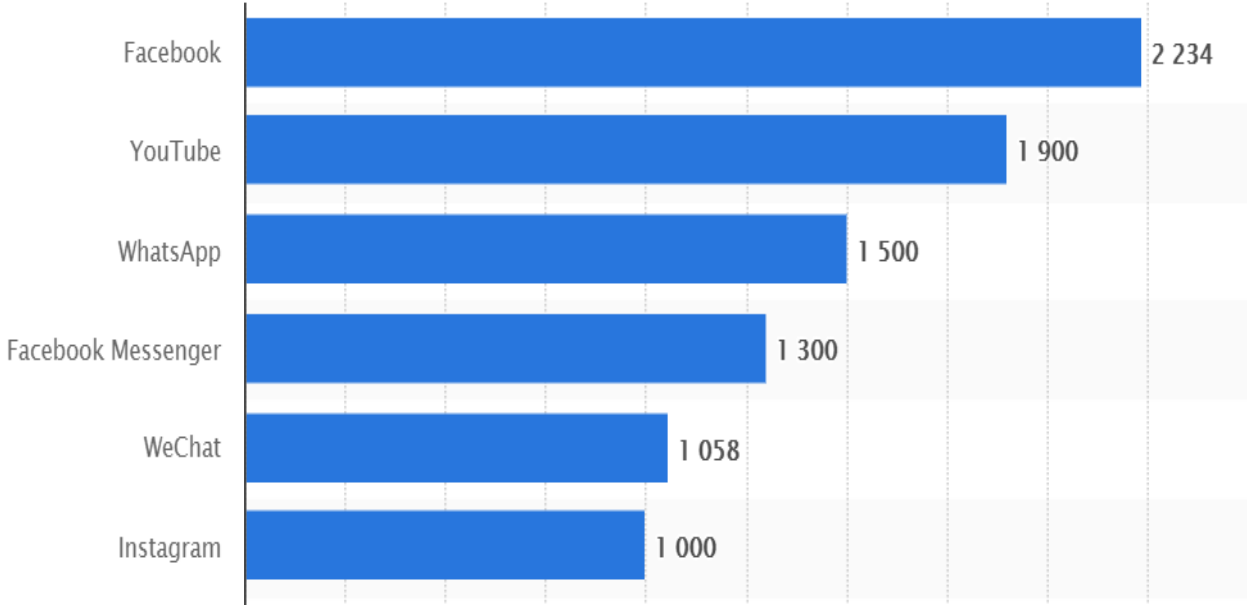
Membangun hubungan baik dan meningkatkan Kepercayaan Publik terhadap Badan Publik

Akuntabilitas Demokratis

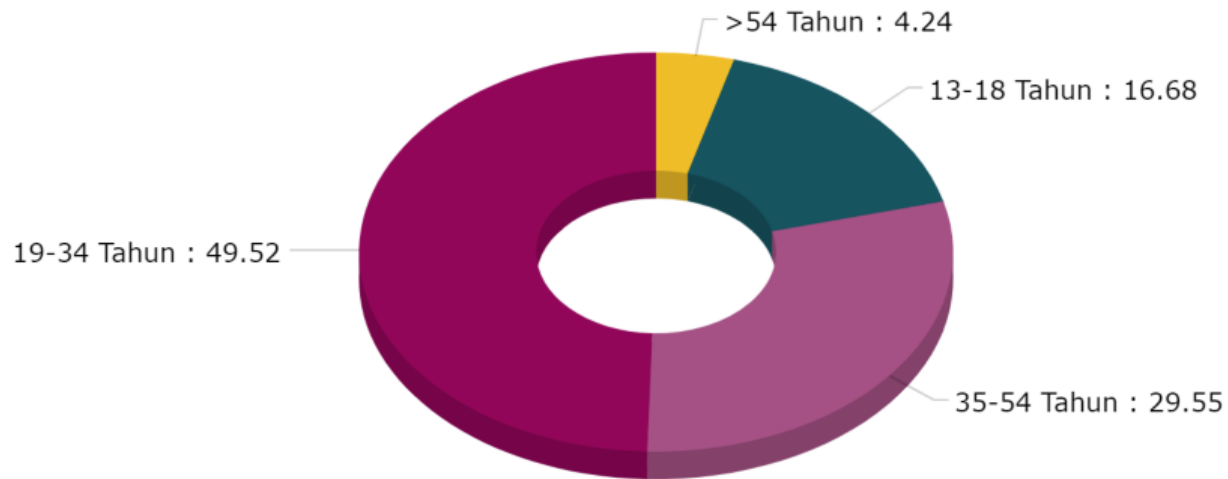
Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah ***berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi*** meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia

Most popular social networks worldwide as of October 2018, ranked by number of active users (in millions)



Pengguna Medsos



Satuan : %

Karakter Media Sosial

Interaktivitas

Pemahaman
audience lebih
baik

Biaya lebih
murah

Menjangkau
area lebih luas

Tanpa
gatekeeping

Terdesentralisasi

Anonim

fungsi media sosial



- pembentuk identitas (*identity*),
- melakukan percakapan (*conversations*),
- berbagi konten (*sharing*),
- kehadiran (*presence*),
- membangun hubungan (*relationship*)
- membangun reputasi (*reputations*)
- membentuk kelompok (*groups*)

Manajemen Media Sosial



Manajemen Medsos

- menentukan khalayak sasaran yang tepat sesuai dengan segmentasi teknografis;
- Memilih dan membuat akun media social yang sesuai dengan khalayak sasaran;
- membuat dan mengunggah pesan dengan melakukan *tagging*;
- memantau percakapan;
- menjawab komentar, masukan, atau pertanyaan khalayak;
- menganalisis dan menyarikan seluruh masukan khalayak (*wisdom of the crowd*) sebagai umpan balik bagi pembuatan/perbaikan kebijakan;
- Memberikan rekomendasi tindak lanjut kegiatan, program atau kebijakan sesuai dengan masukan dan aspirasi khalayak;
- menyebarkan kebijakan dan tindak lanjut

Evaluasi

Jangkauan	Frekuensi dan Lalu-Lintas	Pengaruh	Percakapan & Keberhasilan	Keberlanjutan
<p>Seberapa jauh jangkauan pesan</p> <ul style="list-style-type: none">• Jumlah tautan yang merujuk ke pesan yang disampaikan• Jumlah <i>tweet</i> dan <i>retweet</i> tentang pesan yang dimuat• Jumlah orang yang membicarakan pesan• Jumlah hubungan baru yang berbentuk	<p>Faktor kuantitas:</p> <ul style="list-style-type: none">• Jumlah kunjungan• Jumlah pengunjung• Jumlah pengunjung yang kembali	<p>Seberapa jauh jangkauan percakapan yang dilakukan?</p> <ul style="list-style-type: none">• Pembahasan mengenai pesan/isi• Komentar tentang pesan/isi• <i>Retweet</i>• Jumlah <i>sharing</i> dan pesan yang dikirimkan	<p>Tindakan yang diharapkan dan tingkat keberhasilannya :</p> <ul style="list-style-type: none">• Jumlah pesan yang diklik khalayak• Jumlah pesan yang diunduh khalayak• Jumlah pesan yang diadopsi	<p>Hanya sekali tindakan atau khalayak menjadi <i>client</i> dan <i>ambassador</i>?</p> <ul style="list-style-type: none">• Keberlanjutan anggota komunitas• Loyalitas• Khalayak yang sering berkunjung kembali

Kompetensi pengelola medsos

- memahami visi dan misi
- mampu menulis dengan baik,
- memahami fungsi media sosial dan karakter penggunaannya,
- mampu membaca tren yang sedang dan akan berkembang,
- paham UU ITE,
- mampu menyampaikan informasi dengan bahasa yang menarik,
- mampu melakukan komunikasi dua arah dengan pengguna media sosial lainnya,
- mampu memenangkan opini publik ketika terjadi krisis komunikasi,
- memiliki kemampuan bahasa asing

Prinsip Mengelola Media sosial

- kredibilitas
- integritas,
- profesional,
- responsit,
- terintegrasi,
- keterwakilan,
- Privasi
- Akurasi
- Properti



QUESTIONS

- Media sosial apa saja yang digunakan oleh pemerintah daerah?
- Bagaimana proses pemilihan media sosial yang akan digunakan?
- Apa saja jenis media sosial yang digunakan? Apa alasan memilihnya?
- Bagaimana pemerintah daerah menentukan khalayak yang menjadi sasaran komunikasi di setiap media sosial yang digunakannya?
- **Bagaimana prosedur/SOP penggunaan media sosial oleh pemerintah daerah? Siapa penanggungjawab akun**
- Bagaimana pemerintah daerah menggunakan pesan dari warga sebagai rekomendasi bagi pembuatan atau perbaikan kebijakan?

QUESTIONS

- Pesan-pesan apa saja yang disampaikan oleh pemerintah daerah melalui media sosial yang digunakan?
- Konten apa saja yang disampaikan pemerintah daerah melalui media sosial? (teks, gambar, video atau audio) mengapa?
- Apa saja jenis isi pesan yang disampaikan pemerintah daerah melalui media sosial? Informasi / Promosi dsb
- Bagaimana bentuk pesan yang disampaikan melalui media sosial oleh pemerintah daerah? (jenis pemilihan kata/verbal, penggunaan lambang atau simbol/non verbal dan lainnya)
- Fitur apa saja yang digunakan dan kapan mem-posting pesan tsb?

QUESTIONS

- Bagaimana hubungan dg warga yang diharapkan pemerintah daerah melalui penggunaan media sosial?
- Bagaimana cara pemerintah daerah merespon mention/postingan dari masyarakat yang ditujukan pada akun media sosial pemerintah daerah?
- Postingan jenis apa yang direspon dan tidak direspon oleh pemerintah daerah?
- Apakah medsos sudah bisa membantu terciptanya transparansi, akuntabilitas dan partisipasi?

Indikator Good Governance

- **TRANSPARANSI:** Menjamin akses untuk memperoleh informasi tentang penyelenggaraan pemerintahan, informasi tentang kebijakan proses pembuatan dan pelaksanaannya serta hasil-hasil yang dicapai
- **AKUNTABILITAS:** Seberapa besar tingkat kesesuaian penyelenggaraan pelayanan dengan ukuran nilai-nilai atau norma eksternal publik, baik dari segi proses maupun hasilnya
- **PARTISIPASI:** Keterlibatan warga secara aktif pada proses kebijakan publik dengan menggunakan sarana dan mekanisme yang tersedia secara efektif

TERIMA KASIH