



PEMERINTAH
KABUPATEN REMBANG

PERENCANAAN PENGELOLAAN KONTEN & MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK

Dinas Komunikasi dan Informatika
Kabupaten Rembang



Latar Belakang

- **Undang – Undang Nomor 23 Tahun 2014** mengamanatkan bahwa Pemerintah Daerah dapat melaksanakan segala urusan pemerintahan yang konkuren melalui azas guna perbantuan yang diserahkan oleh pemerintah pusat kepada pemerintah daerah yang menjadi dasar pelaksanaan otonomi daerah.
- Sehubungan dengan hal tersebut Kementerian Komunikasi dan Informatika melalui **Peraturan Menteri Nomor 8 tahun 2019** menyebutkan bahwa sub urusan informasi dan komunikasi publik yang konkuren serta 11 kegiatan lain kemudian menjadi tugas Dinas Kominfo Provinsi/Kabupaten/Kota.



Selanjutnya, dalam **Pasal 4 ayat (2) Peraturan Menteri Nomor 8** disebutkan bahwa penyelenggaraan urusan Pemerintahan bidang komunikasi dan informatika sub urusan informasi serta komunikasi publik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) salah satu tugasnya meliputi :

Pengelolaan konten dan perencanaan media Komunikasi Publik

Pengelolaan media komunikasi publik

Oleh karena itu, Dinas Komunikasi dan informatika Kabupaten Rembang sebagai salah satu Organisasi Pemerintah Daerah (OPD) mempunyai tugas dalam melakukan penyiapan bahan perumusan, pelaksanaan, pemantauan, evaluasi dan pelaporan meliputi layanan perencanaan komunikasi publik **guna mewujudkan citra positif Pemerintah daerah.**



Adapun tahapan pengemasan konten dan strategi komunikasi publik menurut **PM Koinfo 8 Tahun 2019** meliputi 5 hal yaitu :

- 1. Menyusun dan menetapkan tujuan komunikasi publik.**
- 2. Menetapkan target khalayak yang dituju.**
- 3. Menetapkan Media yang akan digunakan.**
- 4. Menetapkan materi konten yang akan dipublikasi.**
- 5. Melakukan Evaluasi terhadap strategi komunikasi publik.**

Berdasarkan tahapan tersebut maka Dinas Komunikasi dan informatika Kabupaten Rembang perlu membutuhkan perencanaan strategi komunikasi publik serta pengemasan konten yang matang agar nantinya segala bentuk transparansi dan keaktualan publikasi dapat dijangkau dan kemudian berimbas langsung pada program kerja Pemerintah Daerah pada umumnya.



01

Tujuan komunikasi publik.

Meningkatkan indeks angka keterbukaan informasi publik Kabupaten Rembang.

Indikator :

- Meningkatkan pemahaman publik.
- Meningkatkan kepercayaan publik.
- Meningkatkan citra positif kebijakan, program, dan kegiatan prioritas pemerintah kabupaten Rembang berdasarkan RKPD yang telah ditetapkan.

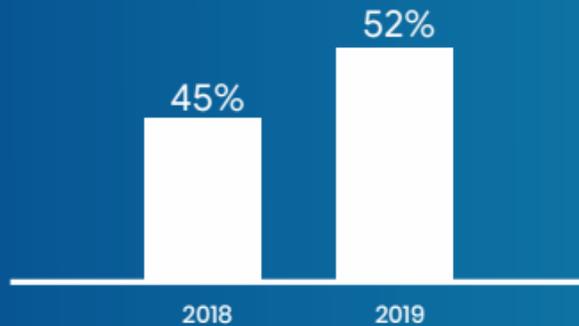


Selain itu, menurut data yang diambil dari laman Kominfo yang dilaporkan pada RKPD tahun 2021 pada tahun 2019 jumlah OPD yang melaporkan data informasi publik dan data informasi yang dikecualikan hanya sebesar **52%** meskipun angka tersebut meningkat dari tahun sebelumnya yaitu sebesar **45%** pada tahun 2018.

Sedangkan keaktifan OPD dalam mengupload informasi publik pada web hanya sebesar **37,5 %**, namun keaktifan tersebut belum memperhitungkan klasifikasi ideal informasi publik.



Laporan Data Informasi Komunikasi publik OPD Kabupaten Rembang :



Keaktifan OPD dalam mengupload informasi publik pada web Tahun 2019 :





02

Menetapkan target khalayak.

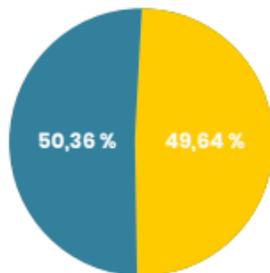
Ada 3 Hal yang harus diperhatikan dalam menetapkan target :

- **DEMOGRAFI**
- **SALURAN KOMUNIKASI**
- **KECENDERUNGAN PERILAKU**



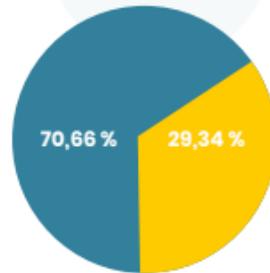
01. DEMOGRAFI :

Jumlah Penduduk
Kabupaten Rembang



- Penduduk Laki - laki
- Penduduk Perempuan

Jumlah Penduduk
Kabupaten Rembang
Berdasarkan Kelompok Umur

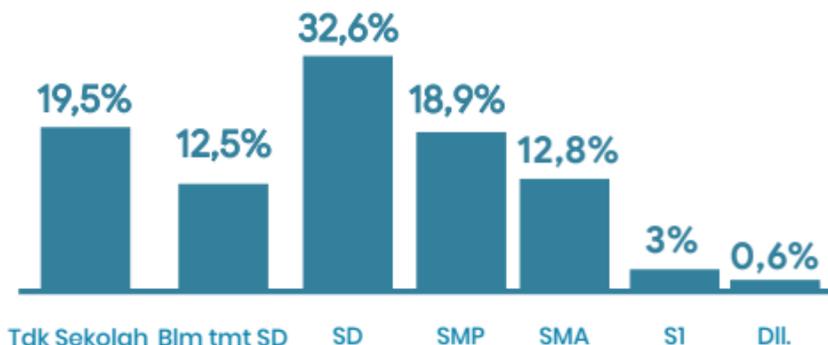


- Penduduk Usia Produktif (15 - 64 Tahun)
- Penduduk Usia Non Produktif (0 - 14 & 65 ke atas)



01. DEMOGRAFI :

Penduduk Kabupaten Rembang
Berdasarkan Pendidikan :



Penduduk Kabupaten Rembang
Berdasarkan Mata Pencarian :





02. SALURAN KOMUNIKASI

Saluran komunikasi di Kabupaten Rembang umumnya masih cenderung menggunakan 2 hal yaitu :

Media non konvensional (Teknologi dan Media Sosial)

Media konvensional (Tatap muka dan media massa)



03. **KECENDERUNGAN PERILAKU**

Rendahnya aduan melalui *website* dan juga aktivitas dari **banyaknya desa khususnya dalam melakukan pengelolaan informasi publik (*pengelolaan website*)** sebagai bentuk publisitas dari setiap program dan kegiatan desa yang menjadi titik awal program – program dari Pemerintah Kabupaten.



KHALAYAK.

Dari ketiga indikator tersebut idealnya komininfo menetapkan target khalayak di Kabupaten Rembang dikelompok umur produktif (**usia 15 – 64 tahun**) sejumlah **454.729 jiwa** atau sebanyak (**70,66%**) mengingat di Kabupaten Rembang mengalami Bonus Demografi baik masyarakat yang ada **di kota dan di desa.**



03



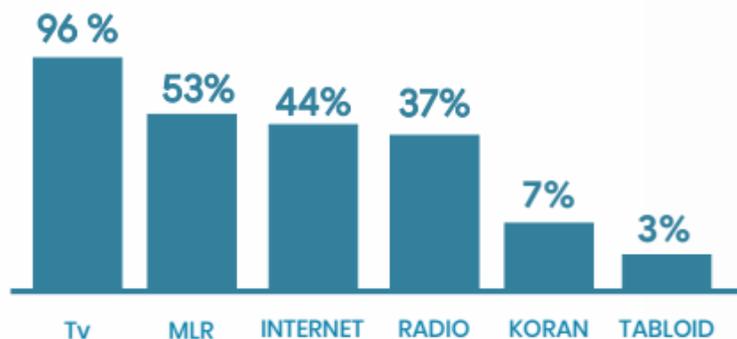
Menetapkan Media.

Ada 5 media yang kemudian bisa ditetapkan dengan target tersebut :

- MEDIA MASSA
- MEDIA SOSIAL
- MEDIA LUAR RUANG
- MEDIA MILIK SENDIRI
- MEDIA TATAP MUKA



Survey Nielsen *Consumer Media View* (2017)
Penetrasi Media Komunikasi Publik:



01 RADIO

(Media Massa)



02. KORAN (Media Massa)

- Memiliki *audiencenya* sendiri di tengah dirupsi media digital .
- Eksistensi surat kabar juga masih menjadi primadona bagi penikmat setianya.
- Redaksi surat kabar seperti Radar Kudus, Jawa pos serta Suara merdeka juga masih banyak peminat terutama di area Kabupaten Rembang.



03 FB, IG & TWITTER

(Media Sosial)

Menurut laporan ***We Are Social (Indonesia 2020)***, waktu yang dihabiskan pengguna Media Sosial di Indonesia umumnya mencapai **17 jam per bulan** untuk Facebook, Instagram mencapai 17 jam per bulan, kemudian Twitter 8,1 jam per bulan.



04. **Billboard / Baliho** (Media Luar Ruang)

- Informasi yang disampaikan singkat dan jelas.
- Komunikasi dapat menjangkau daerah lokal.
- Tepat sasaran bagi masyarakat yang lewat di depan billboard (baliho), karena langsung bisa membaca suatu yang diinformasikan.



05 WEBSITE

□ (Media Milik Sendiri)

- **Menampilkan secara interaktif** jurnal informasi dan pembangunan daerah
- **Memaparkan segala informasi** mengenai potensi daerah dalam segala aspek kehidupan.
- Menjadikan bentuk **“tranparansi”** pemerintah terhadap masyarakat.
- **Mensosialisasikan** kebijakan/program pemerintah dan informasi pemerintah.
- **Memberikan media alternatif** bagi peningkatan pembangunan daerah, dll.



06 **Sosialisasi & Kolaborasi**

□ (Media Tatap Muka)

Sosialisasi dan Kolaborasi *governance* muncul dalam paradigma baru, dimana bahwa **masyarakat semakin berkembang** sehingga pemerintah pada umumnya meghadapi **masalah yg lebih kompleks**.

Disisi lain pemerintah juga memiliki keterbatasan waktu untuk mengatasi masalah tersebut sehingga membutuhkan **kolaborasi dengan aktor – aktor eksternal (LSM, Organisasi Kepemudaan, Perangkat Desa, Industri Kreatif dll)**



04

Menetapkan materi konten.

Adapun 5 media yang akan disusun materi dan kontennya :

- **MEDIA MASSA**
- **MEDIA SOSIAL**
- **MEDIA LUAR RUANG**
- **MEDIA MILIK SENDIRI**
- **MEDIA TATAP MUKA**



Fungsi Radio

- **To inform,**
- To educate,
- **To entertain,**
- To influence,
- To control.

Informasi Program Pemerintah (Kesehatan, Sosial, dll)

Membuat Iklan layanan masyarakat lebih intens & *Up to date.*

(Lalu lintas, Smart City, Perpanjangan SIM online, Cek Berita Hoax, Beasiswa etc.)

Intensitas Hubungan Media (Media Relations)

01 RADIO (Media Massa)



Penyebarluasan pesan

- Hubungan Media (Media Relations)
- Press Realease (Rilis Media)
- *Up to Date* (Keterbaruan Berita)

02. KORAN

(Media Massa)



03

FB, IG & TWITTER

(Media Sosial)

Facebook

Jam postingan.
Intensitas interaksi.
Hashtag.
Caption.

INSTAGRAM

Jam postingan.
Intensitas interaksi.
Perbanyak reels.,
Hashtag.
Caption.
Live instagram.
Konten bercerita.
Repost konten.
Penjadwalan Konten.

TWITTER

Jam postingan.
Intensitas interaksi.
Hashtag.
Caption.





04. Billboard / Baliho

(Media Luar Ruang)

• Konten

layanan publik

Beasiswa Kabupaten Rembang

Campaign Rembang Smart City

• Penempatan

Tempat Strategis

Mudah dijangkau

Awareness

• Ukuran

Kondisional
Isidental



05 WEBSITE

(Media Milik Sendiri)

Penambahan Informasi tentang bidang - bidang publik.

Koordinasi dengan PPID Pembantu secara periodik untuk meningkatkan komitmen terhadap Keterbukaan informasi publik terutama melalui *website*.

Pendampingan KIP di Desa yang intensif dan berkelanjutan.



06

Sosialisasi & Kolaborasi

(Media Tatap Muka)

Memberikan sosialisasi kepada perangkat daerah PPID Pembantu terkait KIP Desa informasi dan data daerah agar data selalu diupdate.

Menggandeng Organisasi/LSM/putra putri daerah untuk berkontribusi dalam menyebarkan informasi publik.



05



Melakukan Evaluasi.

Adapun 5 media yang akan dievaluasi :

- MEDIA MASSA
- MEDIA SOSIAL
- MEDIA LUAR RUANG
- MEDIA MILIK SENDIRI
- MEDIA TATAP MUKA



EVALUASI

Kependengaran

Jangkauan Konten siaran

Bagaimana distribusi siaran/kualitas teknik pemancarluasan
dan dampak pada iklan Layanan masyarakat.

01 RADIO (Media Massa)



EVALUASI

- Frekuensi Berita Program Pemerintah.
- Atensi Publik.
- Kecenderungan Perilaku.

02. KORAN

(Media Massa)



03

FB, IG & TWITTER

(Media Sosial)

EVALUASI

Pemantauan Berkala.

Jangkauan

Frekuensi

Pengaruh

Engagement (Keterkaitan)

Sentimen (Impresi)

Insight (Rekomendasi)

Kesukaan Konten.



04. **Billboard / Baliho**

(Media Luar Ruang)

EVALUASI

- Tingkat keterbacaan Informasi.
- Info grafis yang mudah dipahami.
- Penempatan Billboard atau Baliho.



05 **WEBSITE** (Media Milik Sendiri) **EVALUASI**

Monitoring dengan PPID pembantu.

Monitoring jumlah kunjungan ke website.

Monitoring lamanya durasi akses ke website.

Pengalaman User Experience (UX) dan User Interface (UI).



06

Sosialisasi & Kolaborasi

(Media Tatap Muka)

EVALUASI

Monitoring secara berkala.
Koordinasi secara menyeluruh.
Kendala yang ada.



TERIMA KASIH.