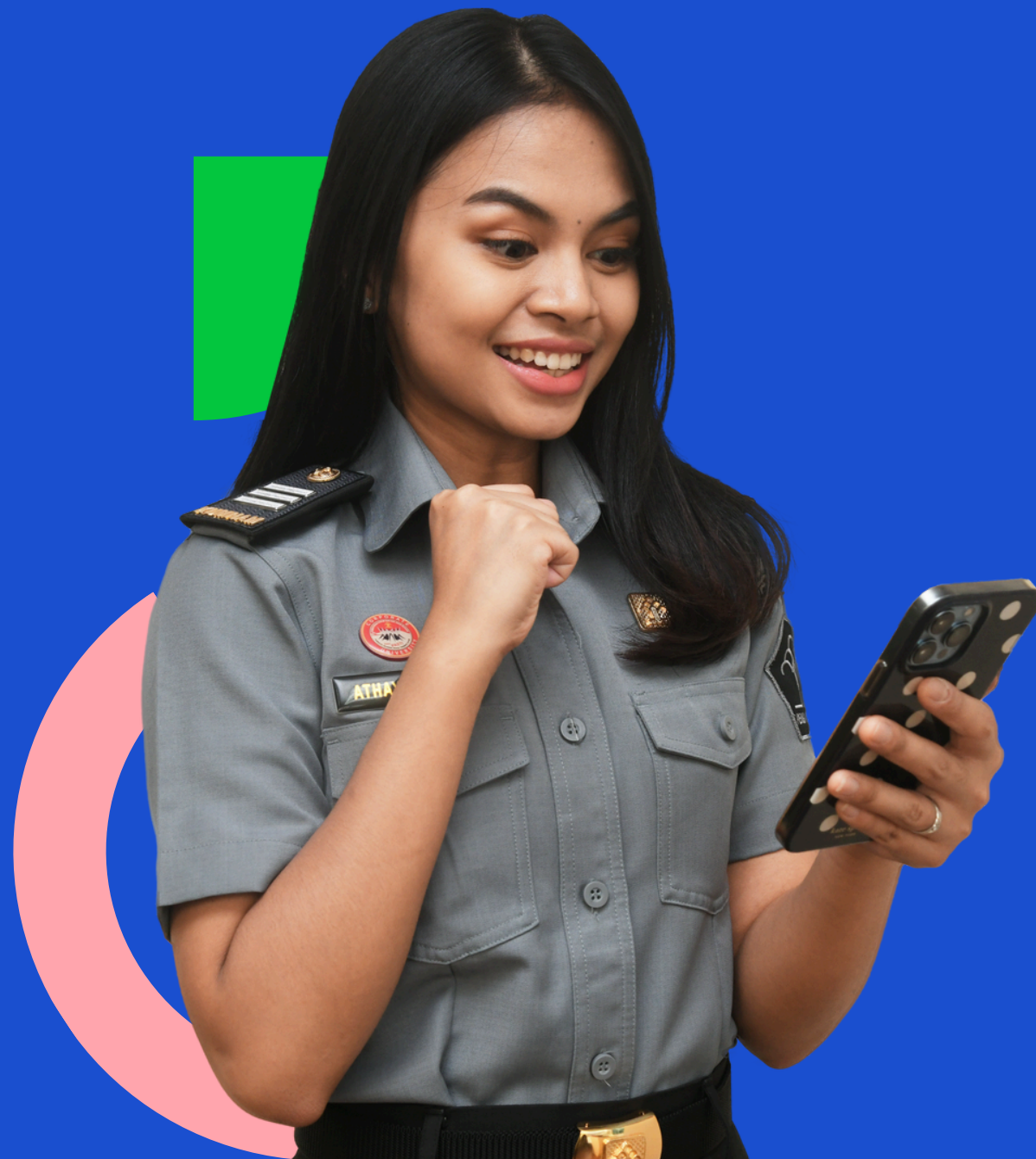


MANAJEMEN MEDIA PUBLIKASI PEMERINTAH





Siapa kita?

Humas pemerintah

Corong dalam menyampaikan informasi dan program dan kinerja pemerintah serta menjadi mediator antara masyarakat dan organisasi.

2. MENGAKOMODASI ASPIRASI MASYARAKAT

1. MEMENUHI HAK TAHU PUBLIK

Tujuan

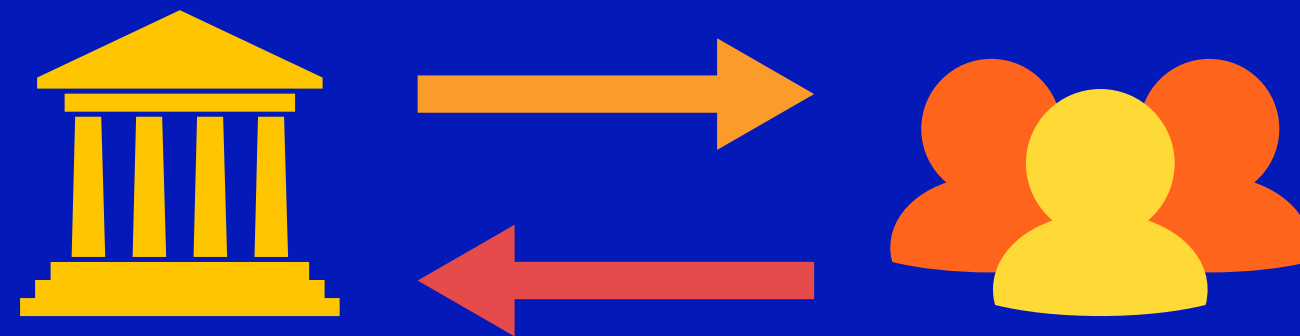
Humas Pemerintah

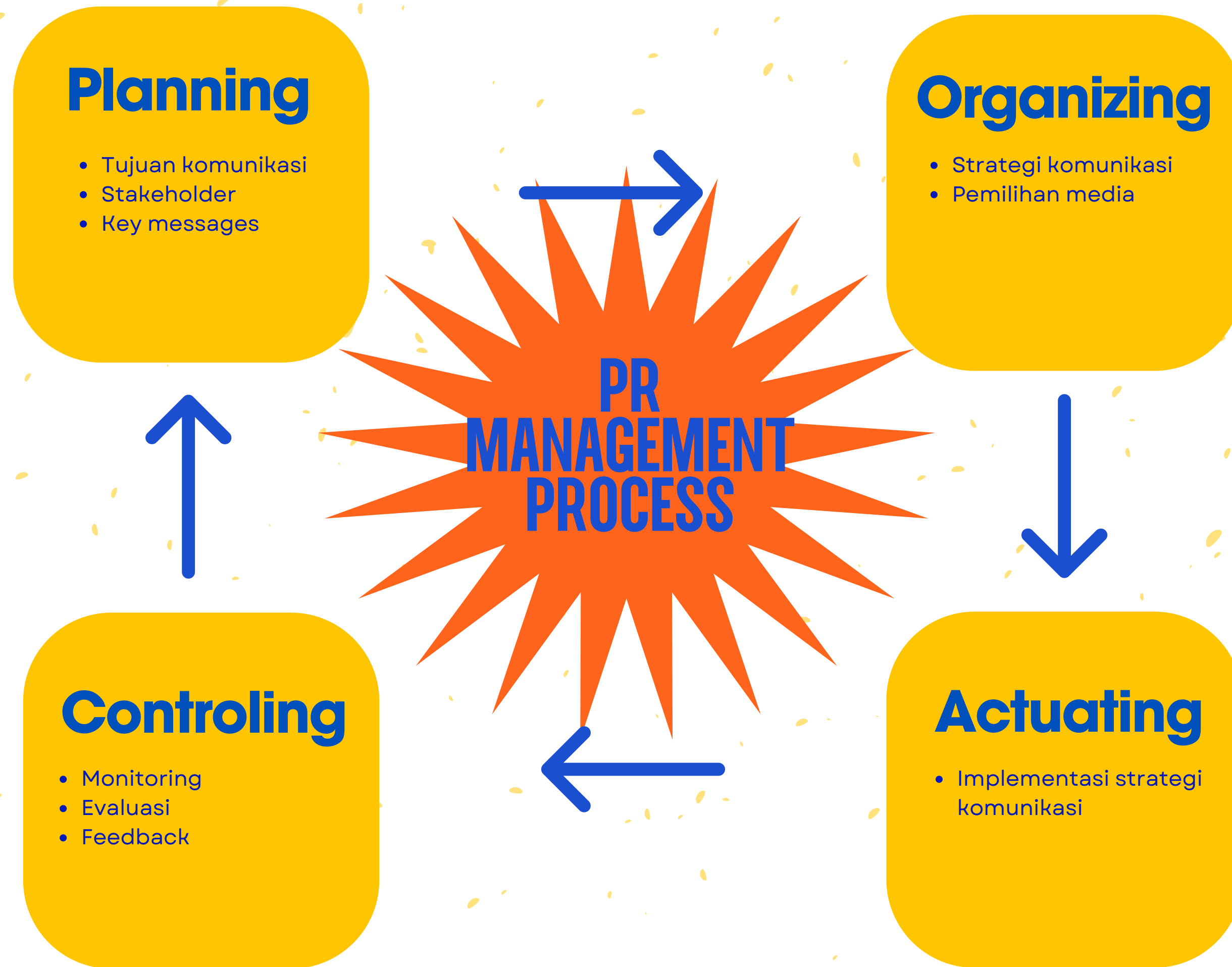
3. MENINGKATKAN CITRA POSITIF

Fungsi Komunikasi Pemerintah



Elements of Government
Effectiveness
Responsiveness
Accountability





Humas **SAAT INI.....**

Artificial Intelligence (AI)

Platform komunikasi lebih beragam (New Media)

Personalisasi masyarakat dalam mencari informasi sudah berbeda

Tren komunikasi publik yang lebih mengedepankan unsur humanis



Planning

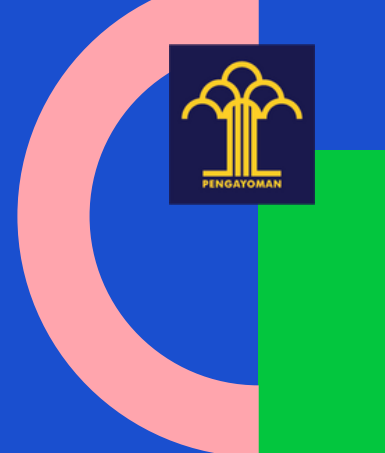




Tentukan Isu dan Tujuan Komunikasi

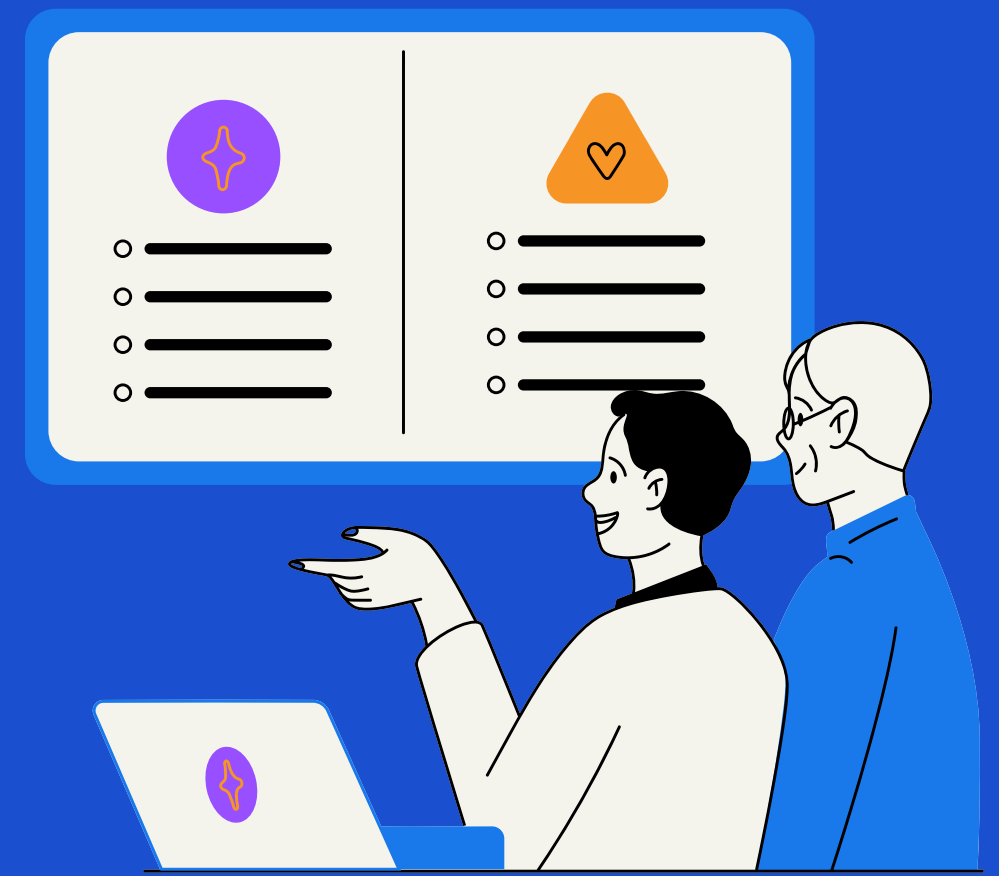
TUJUAN HARUS SPESIFIK DAN MEMILIKI ARAH YANG JELAS.
BIASANYA DIMULAI DENGAN MELIHAT ISU STRATEGIS.





Analisa Situasi

RISET MENGENAI KONDISI DAN SITUASI BISA
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT



HARUS DILAKUKAN BERKALI-KALI
AGAR UPDATE DAN RELEVAN



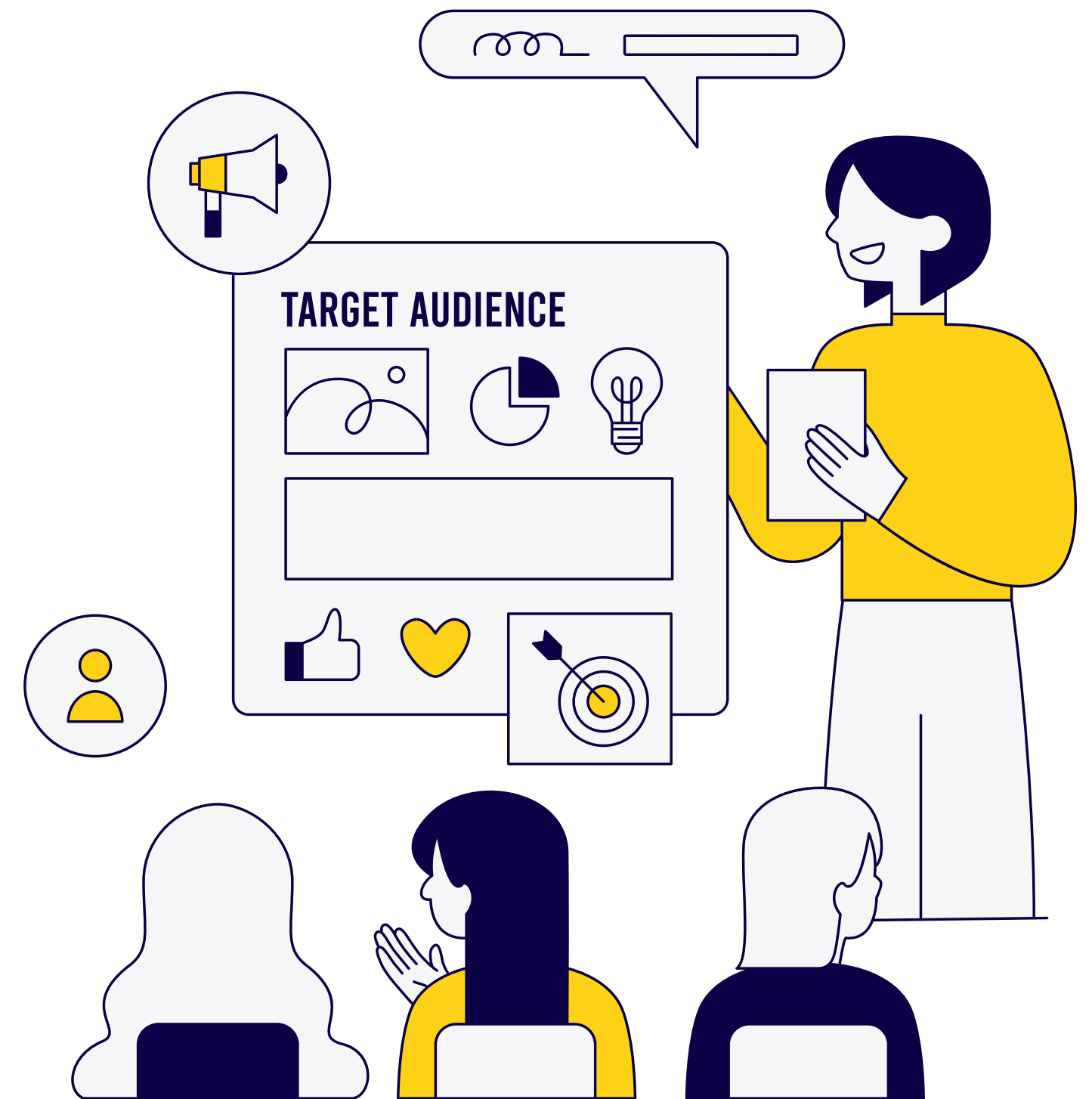
Tentukan “Key Messages”

PESAN KUNCI INI AKAN MENJADI DASAR DALAM PEMBUATAN TURUNAN STRATEGI KOMUNIKASI



Tentukan Segmentasi Khalayak

SETIAP SEGMENTASI KHALAYAK MEMILIKI CARA YANG BERBEDA DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI



Organizing





Buat alur strategi dan taktik komunikasi

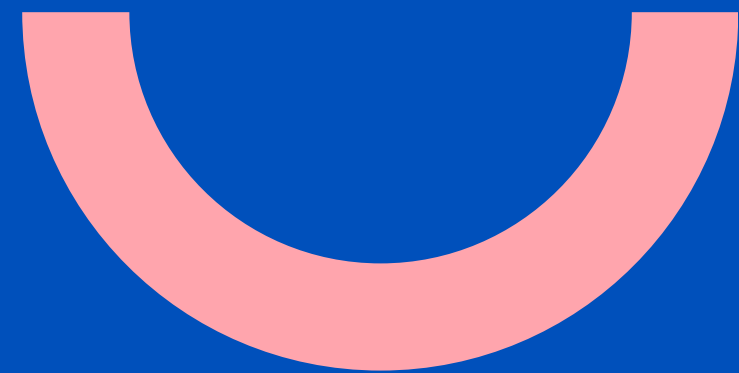
DILENGKAPI DENGAN TIMELINE PROGRAM



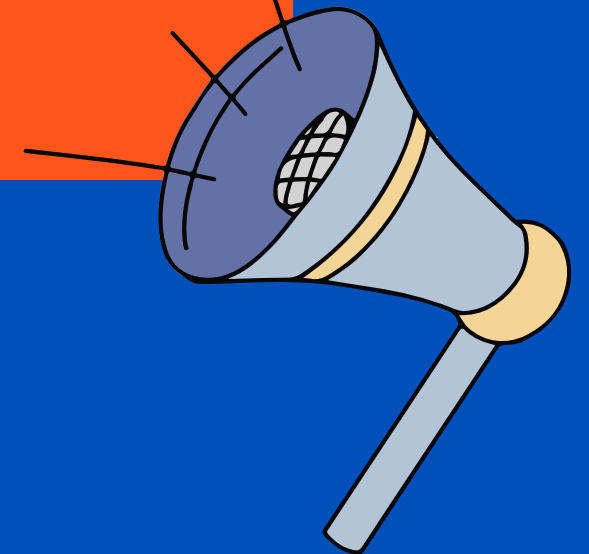
Pilih Media Publikasi



Media Publikasi adalah.....



Alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada target audience

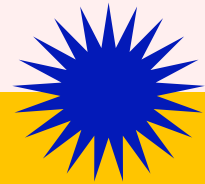


Tujuan MEDIA PUBLIKASI



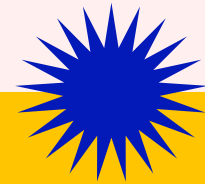
Efektif

Menyampaikan pesan lebih efektif dan efisien



Influence

Bisa memengaruhi target audience



Feedback

Bisa menjadi mediator dan wadah masukan terhadap informasi atau kebijakan



Adaptasi dengan perkembangan zaman dan teknologi

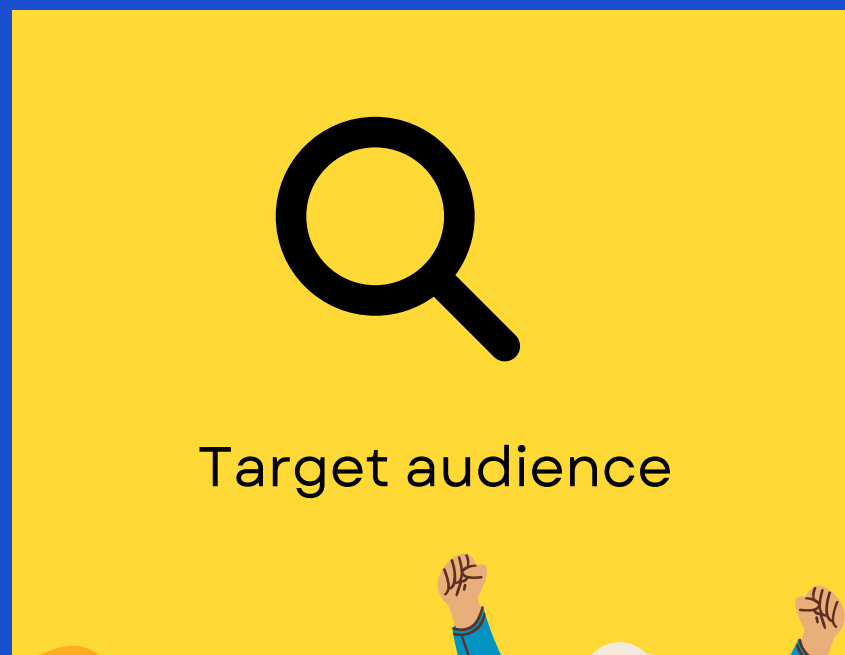


**Terus gimana caranya
milih media publikasi?**



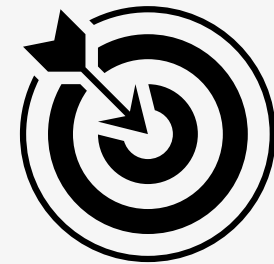
bagaimana memilih **media** yang **tepat**?

01



bagaimana memilih **media** yang **tepat**?

02



Goals

AWARENESS
INTEREST
DESIRE
ACTION

bagaimana memilih **media** yang **tepat**?

03

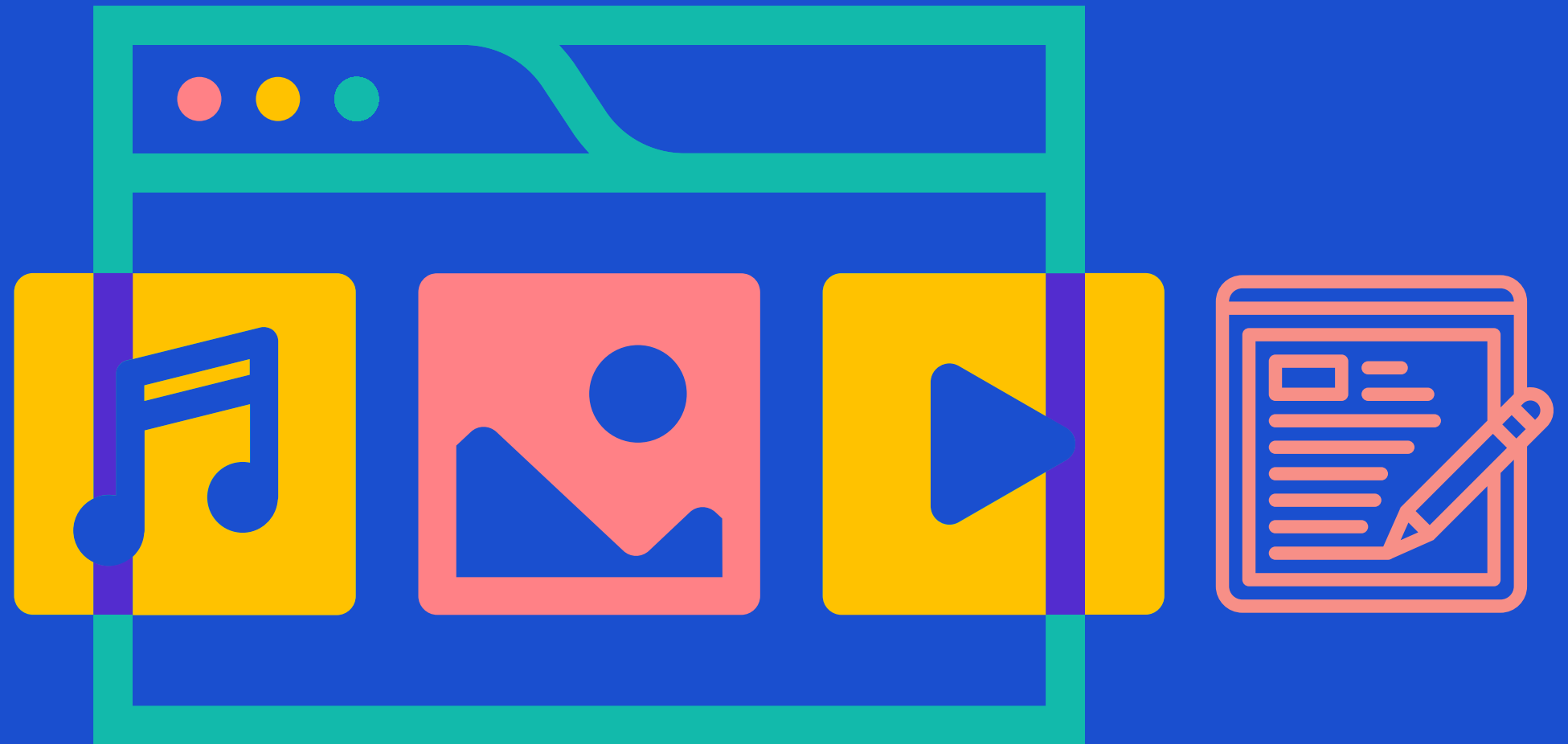
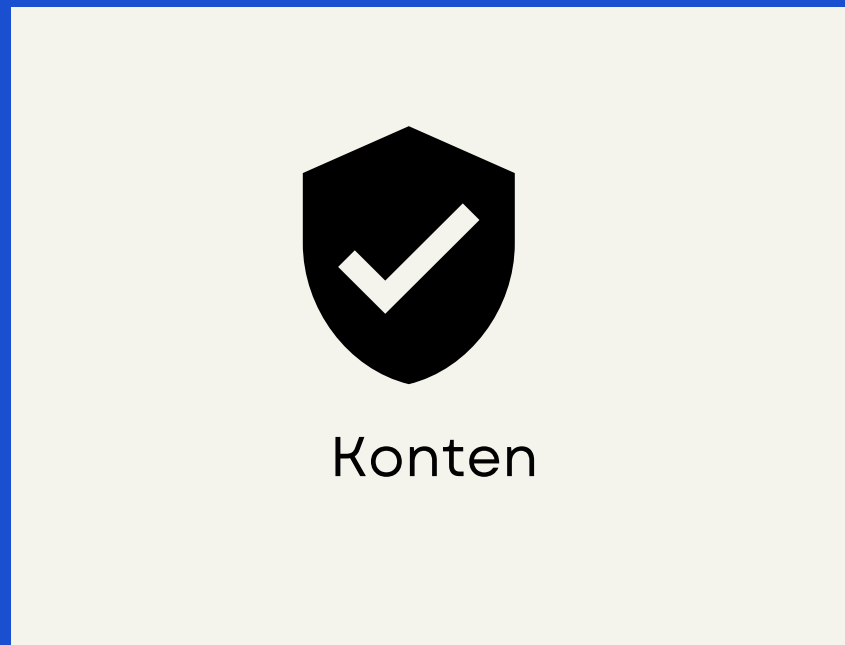


Relevansi



bagaimana memilih **media** yang **tepat**?

04



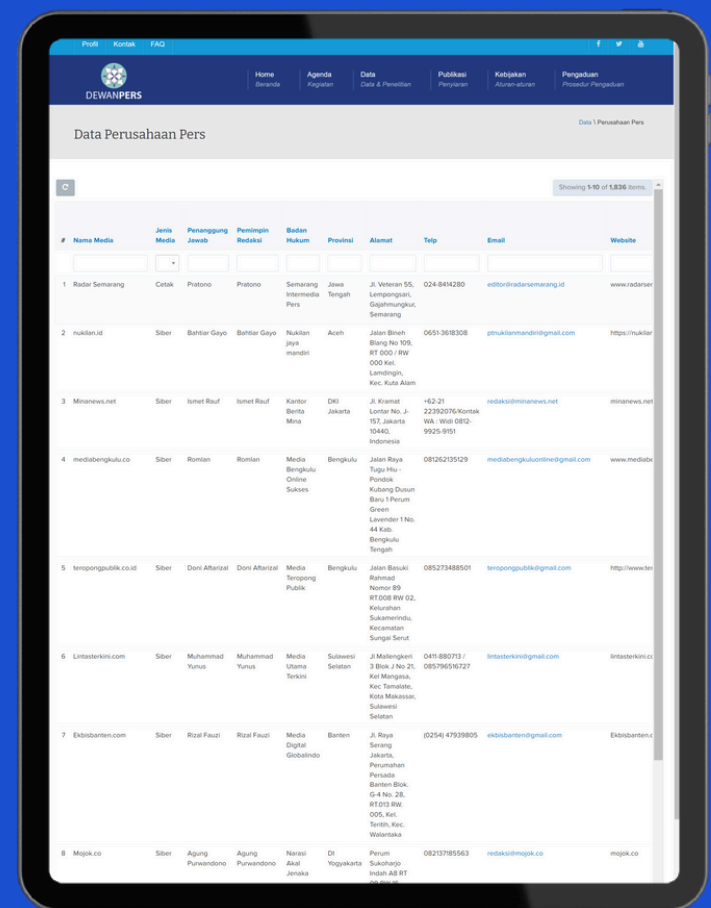
bagaimana memilih media yang **tepat**?

05



Kredibilitas Media

Cek perusahaan pers di website Dewan Pers



<https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers>

Cek traffic website media di Similar Web



<https://www.similarweb.com/>



bagaimana memilih **media** yang **tepat**?

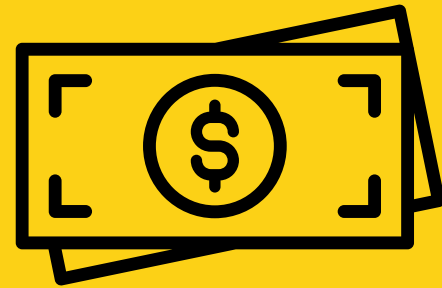
06



bagaimana memilih media yang tepat?



07



Anggaran



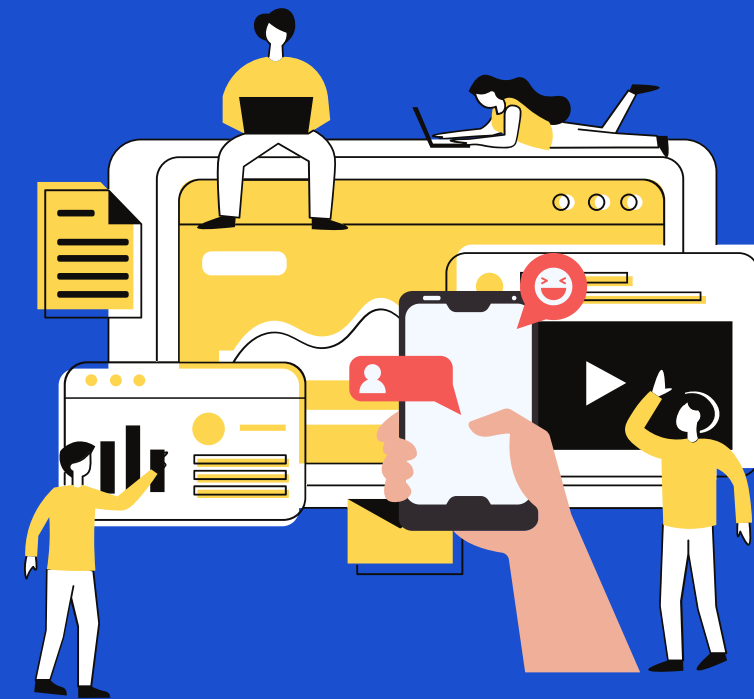
MEDIA PUBLIKASI



Media Cetak



Media Elektronik



Media Digital



Media Luar Ruang

MEDIA LAMA VS MEDIA BARU

MEDIA LAMA

- Meliputi media cetak, radio, televisi
- Informasi bersifat formal dan dapat dipertanggungjawabkan
- Jadwal publikasi terjadwal
- Penerima pesan anonim dan heterogen
- Isi lebih diutamakan dibandingkan hubungan
- Umpan balik tidak langsung
- Khalayak tidak bisa memilih pesan

MEDIA BARU

- Meliputi media online maupun yang diubah menjadi online
- Informasi tidak selalu formal sehingga kredibilitas dipertanyakan
- Pencarian informasi lebih mudah namun tidak terjadwal
- Bisa mengetahui identitas khalayak
- Mengutamakan aspek hubungan
- Umpan balik langsung
- Khalayak bisa memilih informasi yang mereka inginkan



MEDIA CETAK



- Repeatable
- Analisa lebih *in-depth*
- Informasi lebih terpercaya dan dapat dipertanggungjawabkan
- Jadwal publikasi tetap



- Penyampaian informasi lebih lambat
- Tidak interaktif
- Umpan balik lambat
- Biaya lebih mahal
- Tidak mengetahui khalayak penerima
- Rentan rusak



MEDIA ELEKTRONIK

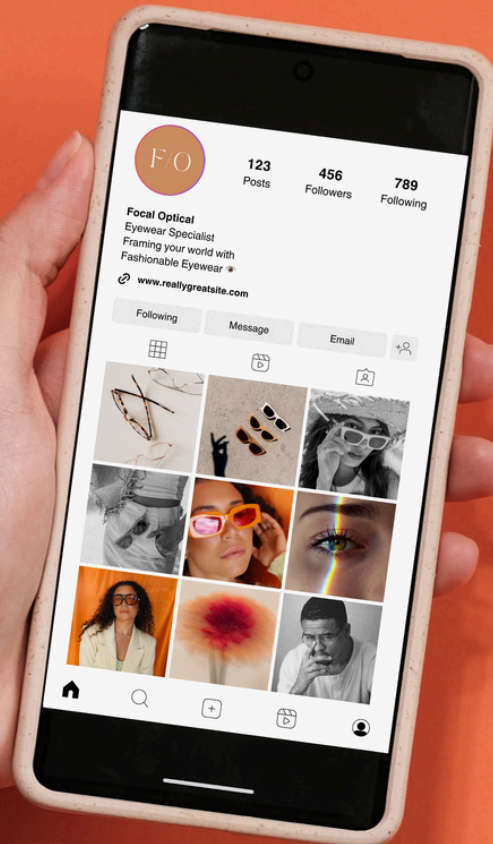


- Materi audio visual sehingga lebih menarik
- Bisa menyampaikan informasi secara cepat dan *realtime*
- Penggunaan bahasa lebih dinamis
- Jangkauan lebih luas
- Memiliki daya pengaruh yang kuat



- Komunikasi satu arah
- Biaya lebih mahal
- Informasi hanya didapatkan pada waktu yang sudah ditentukan
- Membutuhkan perangkat khusus

MEDIA DIGITAL



- Mudah diakses
- Interaktif
- Jangkauan Luas
- Murah bahkan tanpa biaya
- Konten dapat disesuaikan dengan karakteristik khalayak
- Realtime
- Dapat melihat target audience



- Arus informasi terlalu cepat
- Munculnya hoax dan misinformasi
- Peluang penipuan
- Merusak konsentrasi
- Perlu akses internet
- Kemungkinan gagap teknologi



- Materi visual sehingga lebih menarik
- Bisa ditempatkan di lokasi strategis
- Dimensi ukuran besar

MEDIA LUAR RUANG

- Biaya mahal
- Tidak interaktif
- Jangkauan terbatas
- Rentan cuaca buruk



apakah media publikasi yang saya gunakan sudah tepat?



How to **control?** ■■■

KONTROL & EVALUASI

**PEMANTAUAN
MEDIA**

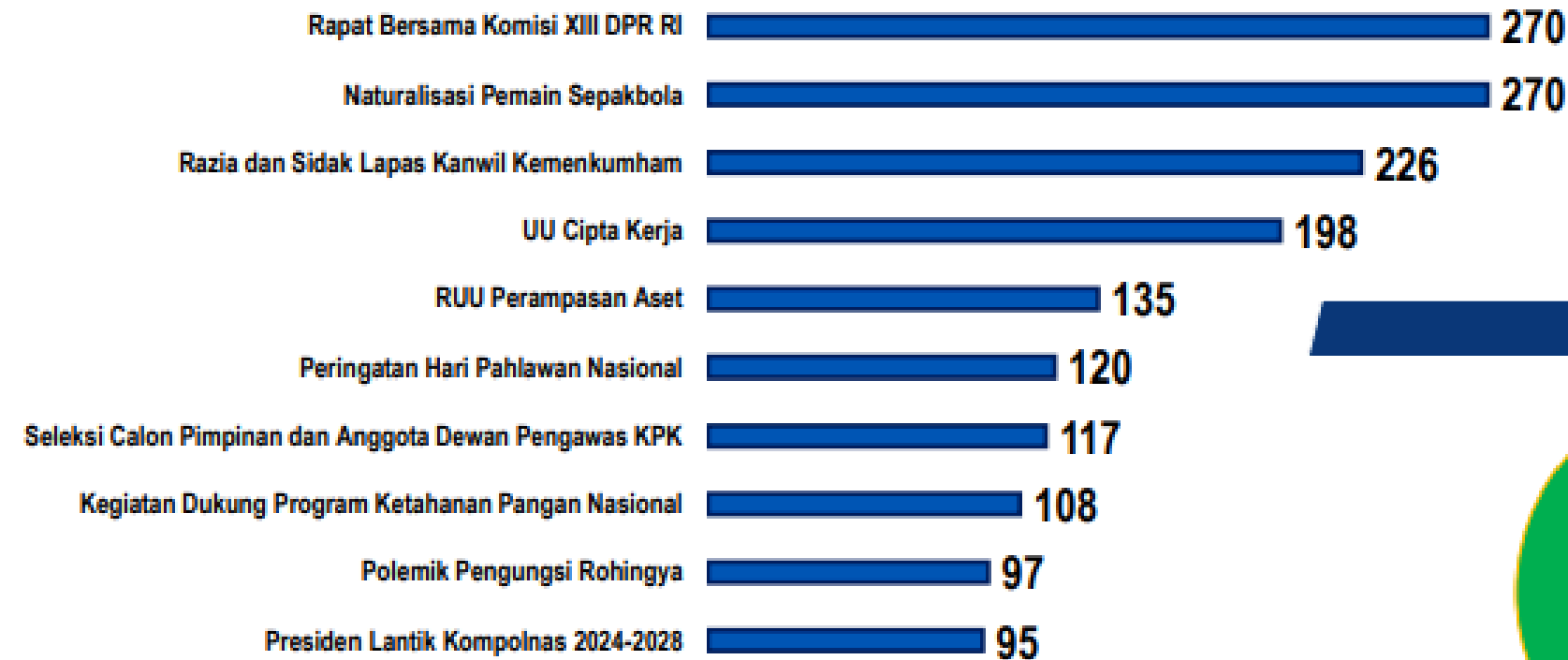




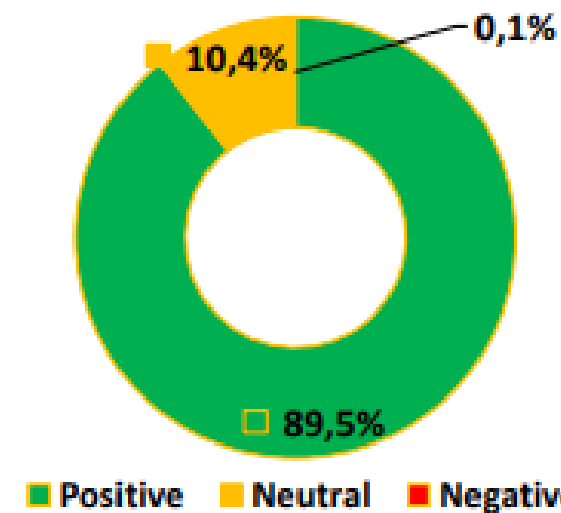
LAPORAN MEDIA KONVENSIONAL



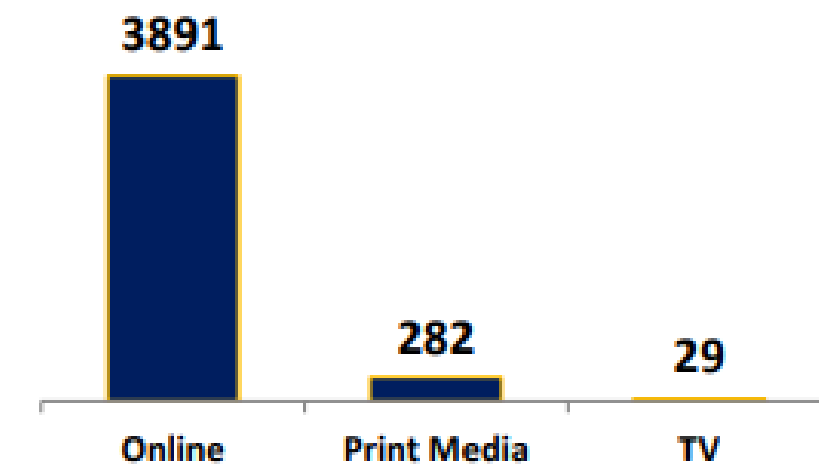
TOP ISU KEMENKUMHAM



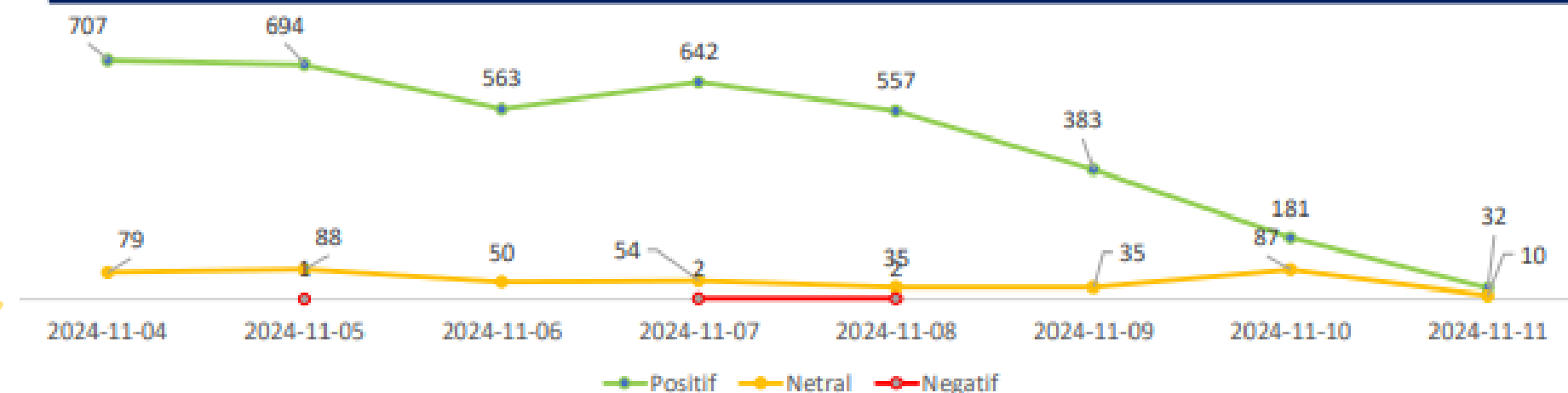
SENTIMENT



MEDIA COVERAGE



PERGERAKAN SENTIMEN



Laporan Media Sosial



Activity

Cek seberapa besar reach, likes, comment, replies yang diterima akun.



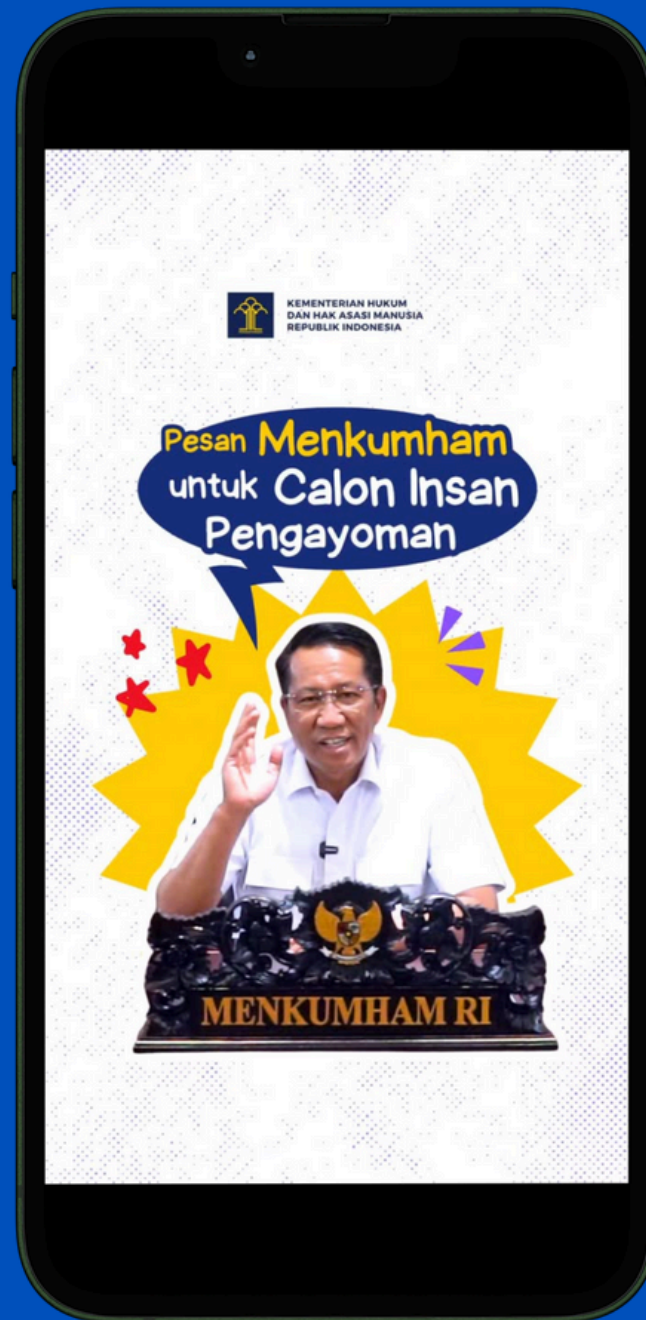
Content

Cek konten mana yang paling mendapat reach besar dari followers



Audience

Melihat identitas followers akun, seperti jumlah followers, gender dan lokasi



00:01

← Reel insights

Hallo calon Insan Pengayoman 🙏 ...
16 October · Duration 0:45

5.5K 184 270 174

Overview ⓘ

Views	353,897
Watch time	19d 11h 57m 6s
Interactions	6,138
Profile activity	38

Views ⓘ

353,897
Views



00:02

← Reel insights

Mau tidur nyenyak malam ini #SahabatPengayom...
23 April · Duration 0:34

1.1M 105K 2.5K 39K 8.6K

Overview ⓘ

Accounts reached	665,967
Reels interactions	154,892
Profile activity	2,802

Reach ⓘ

665,967
Accounts reached

apa yang terjadi jika **pemilihan media** **publikasi tepat?**

**DUKUNGAN
PUBLIK**

**KOMUNIKASI
DUA ARAH**

**CITRA
POSITIF**





Thank You
For Listening!
Let's Discuss

Discussion



Naturalisasi



**Bantuan
Hukum
Gratis**



CPNS



Merek



**KUHP
Baru**