

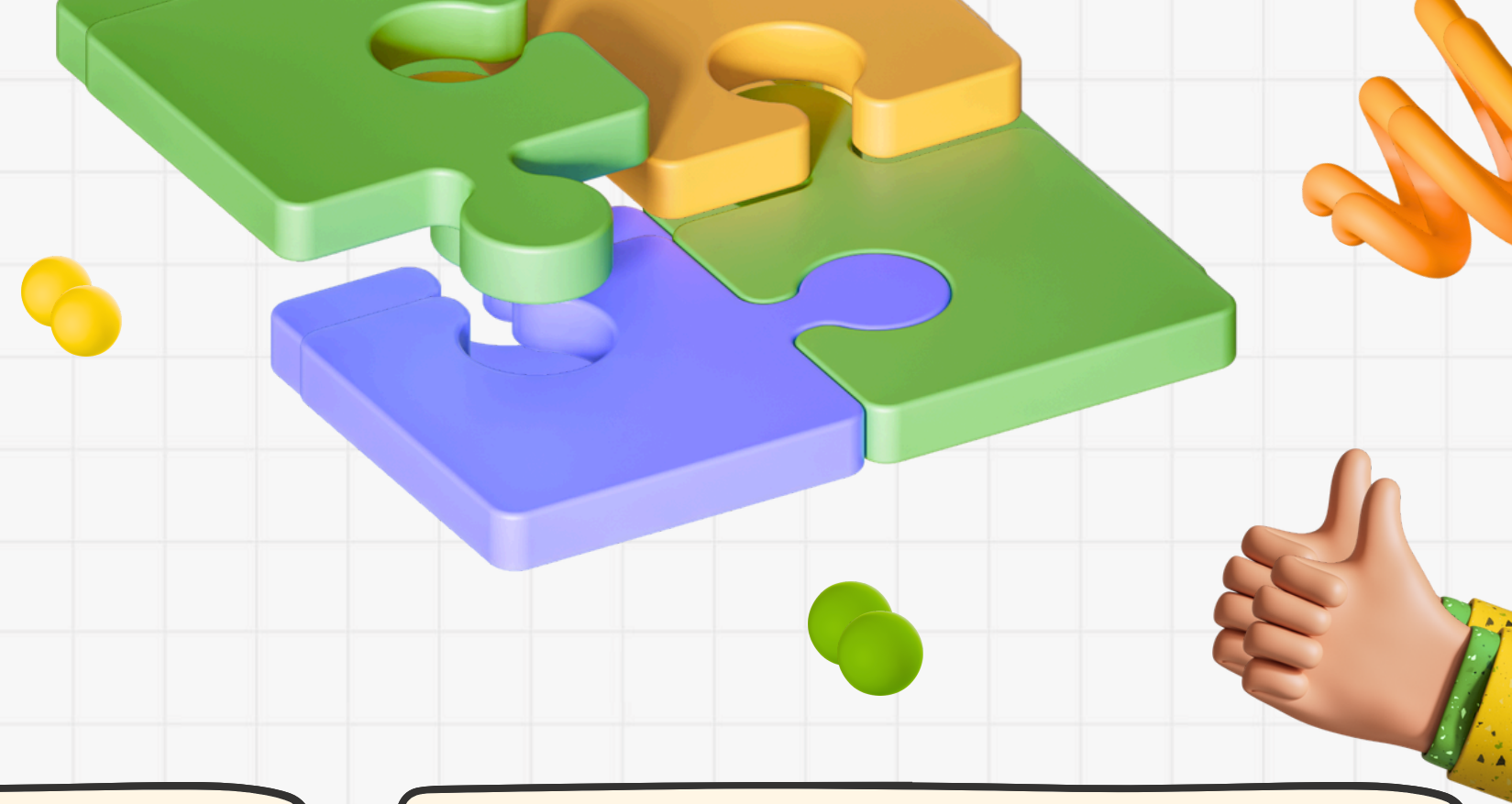
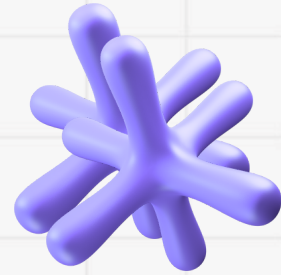
# STRATEGIC PUBLIC RELATIONS

Menjadi PR yang strategis, tips dan triknya

*Richa Hapsari K*



# Pengembangan strategi kehumasan/PR



< > Q X

**Memahami Tujuan Perusahaan**  
(visi misi, RPJMD, RPJPD, perencanaan, tujuan, target)

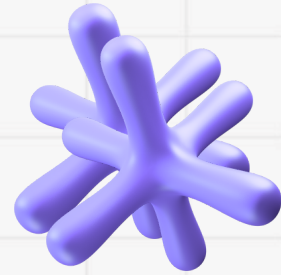
< > Q X

**Memahami Tujuan Perusahaan**  
(visi misi, RPJMD, RPJPD, perencanaan, tujuan, target)

< > Q X

**Riset dan Analisa Komunikasi**  
(memahami target audience dan riset awal untuk pengembangan strategi komunikasi)

# Pengembangan strategi kehumasan/PR

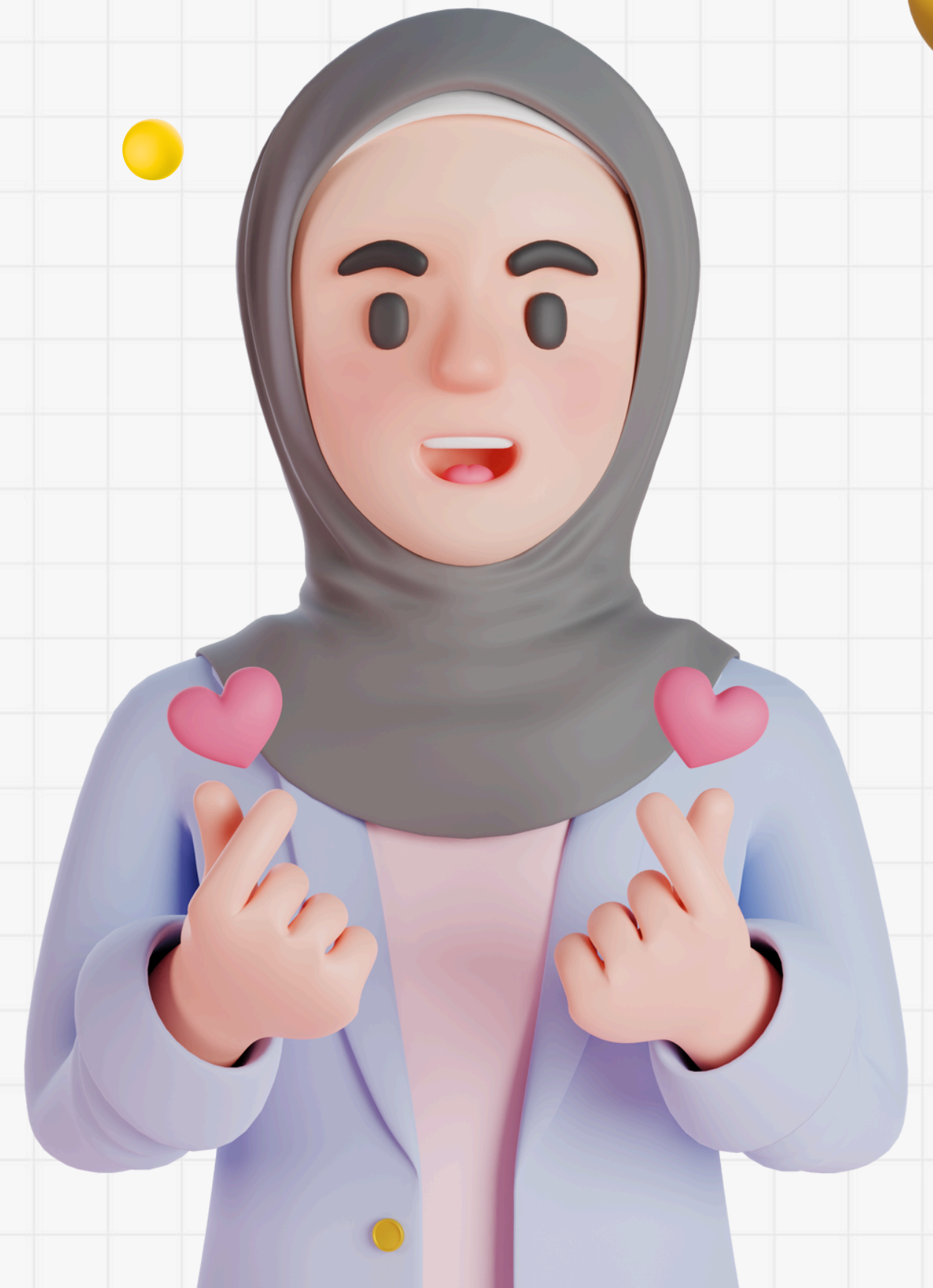


**Implementasi,**  
Memahami cara implementasi strategi, dan mengerahkan semua potensi untuk menjalankannya

**Pengukuran Komunikasi**  
Monev pelaksanaan kegiatan komunikasi, analisis

# Jadi, Humas/PR itu harus mampu

- Planning
- Campaign/ Communicating
- Monitoring and Evaluate
- Mengelola Krisis
- Modal Sosial



# Planning

**Merencanakan Strategi berdasarkan tujuan organisasi**

Contoh:

Apa yang ingin kita capai? Masyarakat memahami tatacara keimigrasian  
Siapa yang ingin dijangkau? Masyarakat umum? TKI? Dst

Bagaimana pesan yang disampaikan? Santai, serius, detail, singkat?

Media yang akan digunakan? Cetak, radio, TV, media social, dst

Susun perencanaan terpadu, menyeluruh, untuk audience yang beragam

# Campaign/Communicating

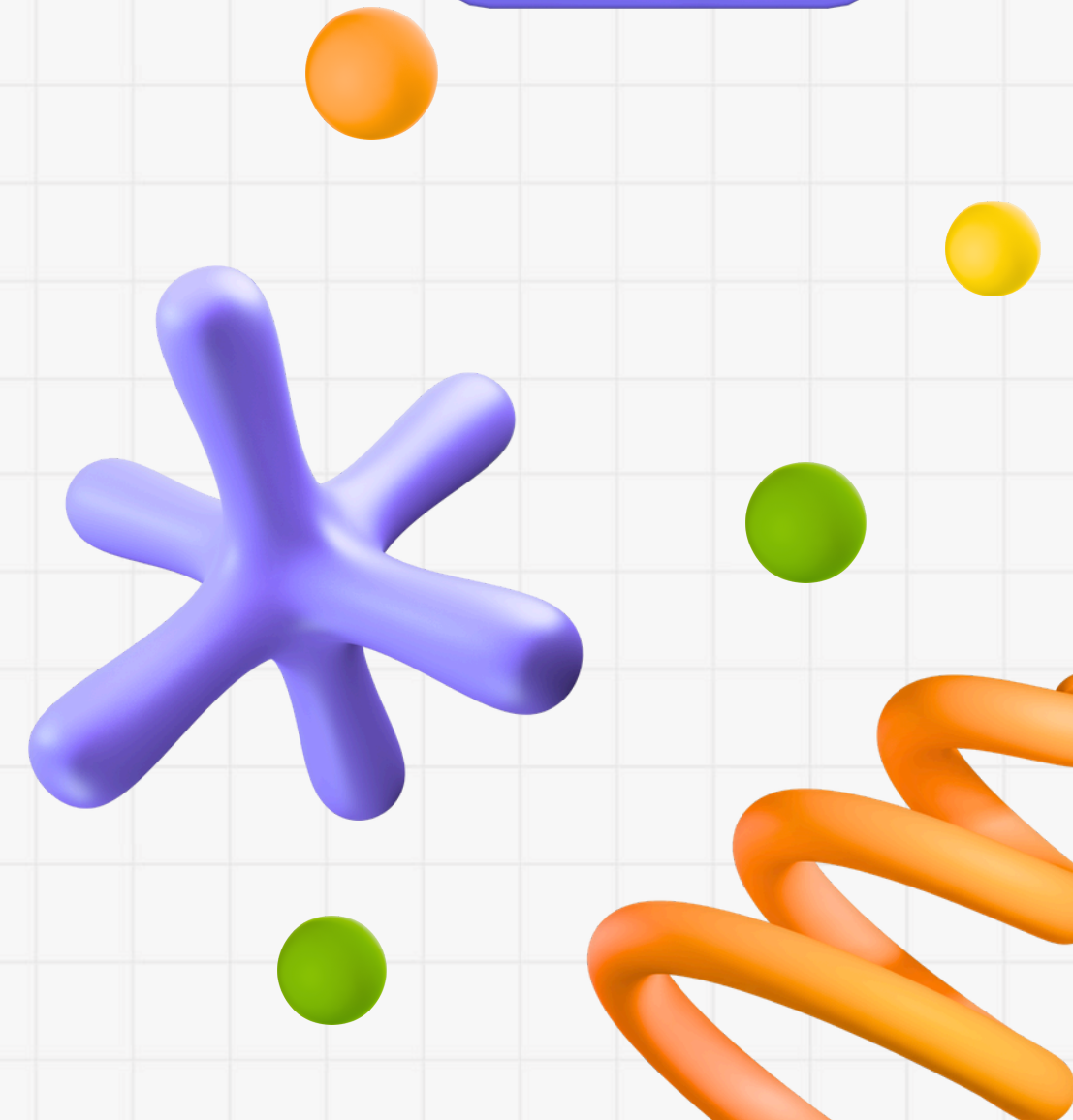
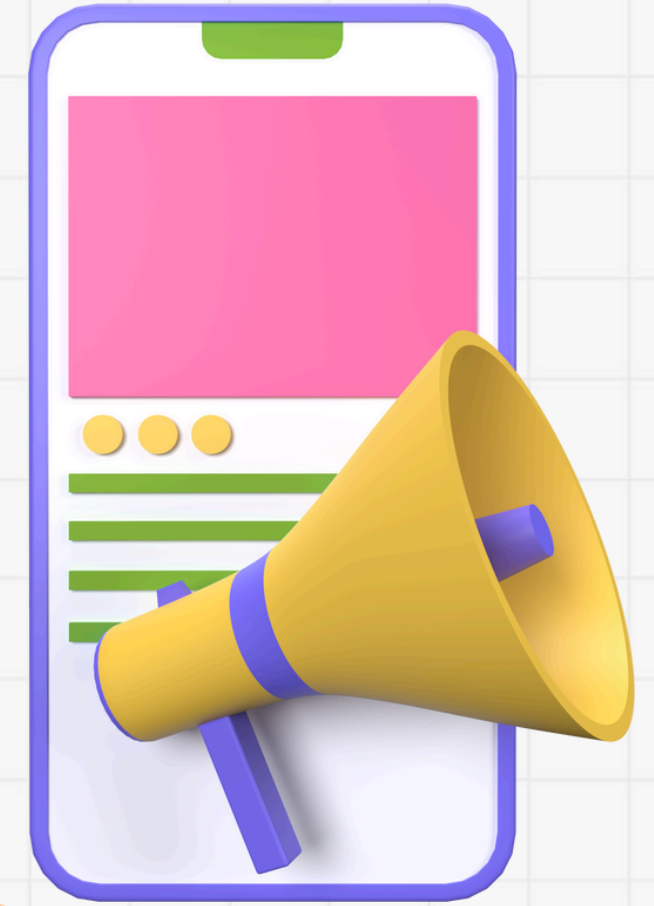
Melaksanakan beragam bentuk kampanye komunikasi sesuai target audience, dengan pesan dan kanal yang beragam dan menyesuaikan audience

Contoh:

Placement di media

Collab post di akun selebgram

Media relations



# Monitoring and Evaluate

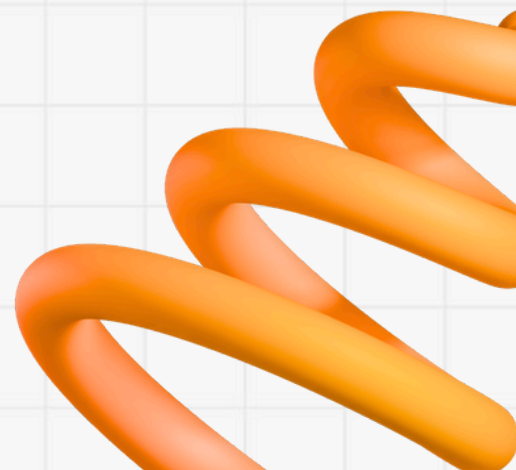
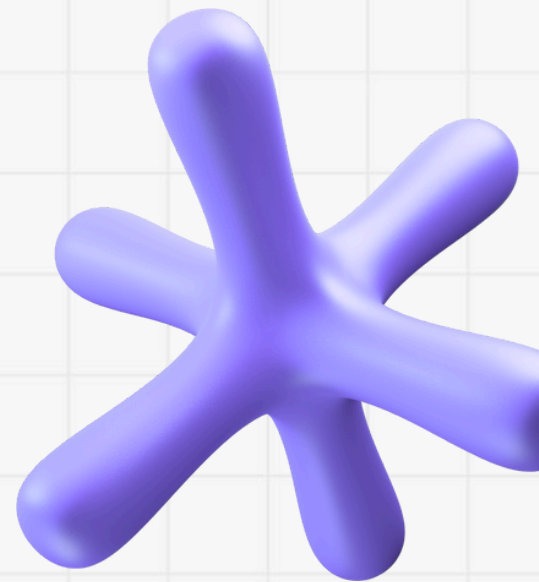
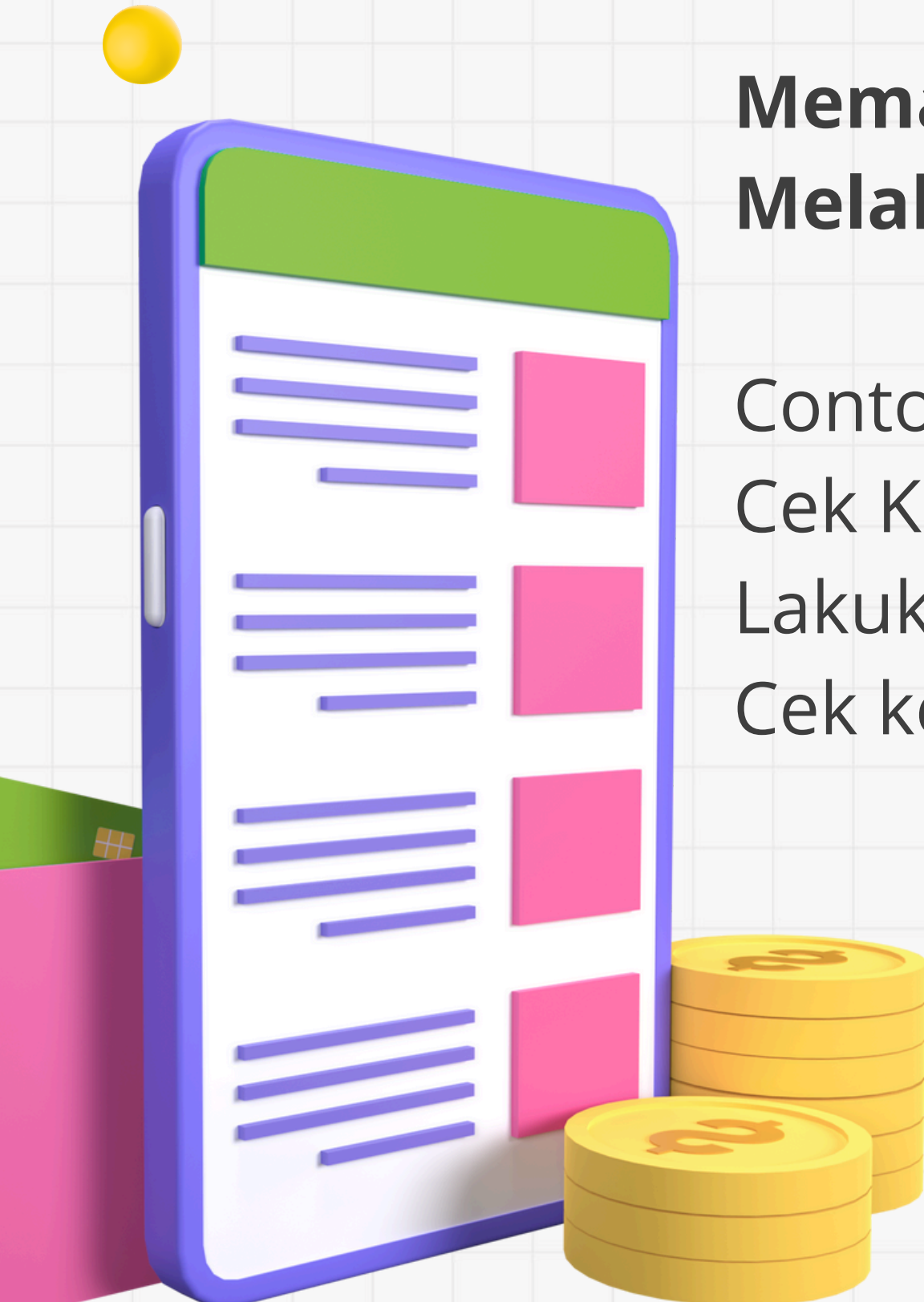
Memantau pelaksanaan kegiatan komunikasi dan  
Melaksanakan Evaluasi

Contoh:

Cek KPI, view, like, comment, boost jika diperlukan

Lakukan audit komunikasi

Cek ke medianya, statistiknya



# Komunikasi Krisis

Menangani krisis yang ada di organisasi melalui kegiatan komunikasi

Contoh:

Press conference

Datangi orang yang komplain

Hak jawab media



# Social Capital/Modal Sosial

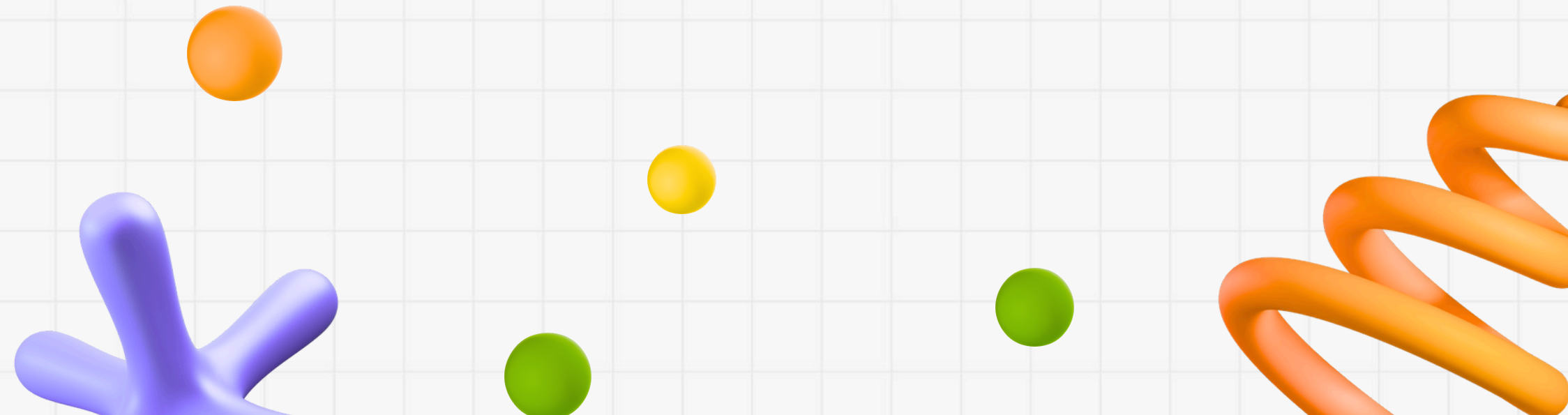
**Memahami fenomena sosial, membangun hubungan social (social networking), membangun kepercayaan masyarakat**

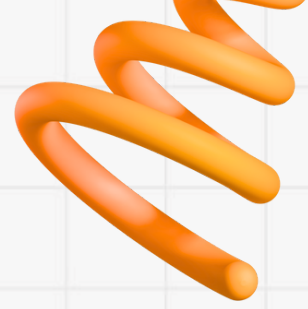
Contoh:

Media relations

Engage dengan netizen/follower

Memahami tren yang berkembang dan menyesuaikan dengan konten/pesan yang disampaikan





# **PUBLIC RELATIONS DAN IKLAN adalah dua hal yang berbeda**



## **PUBLIC RELATIONS**

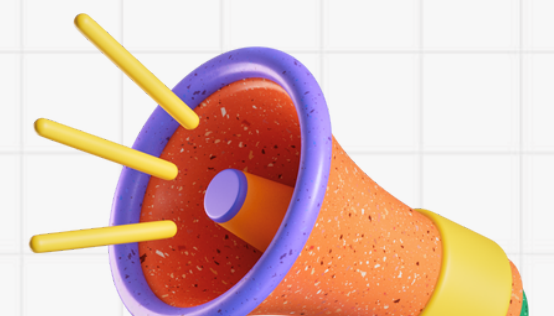
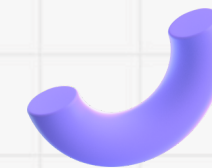
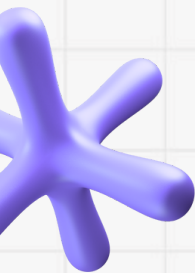
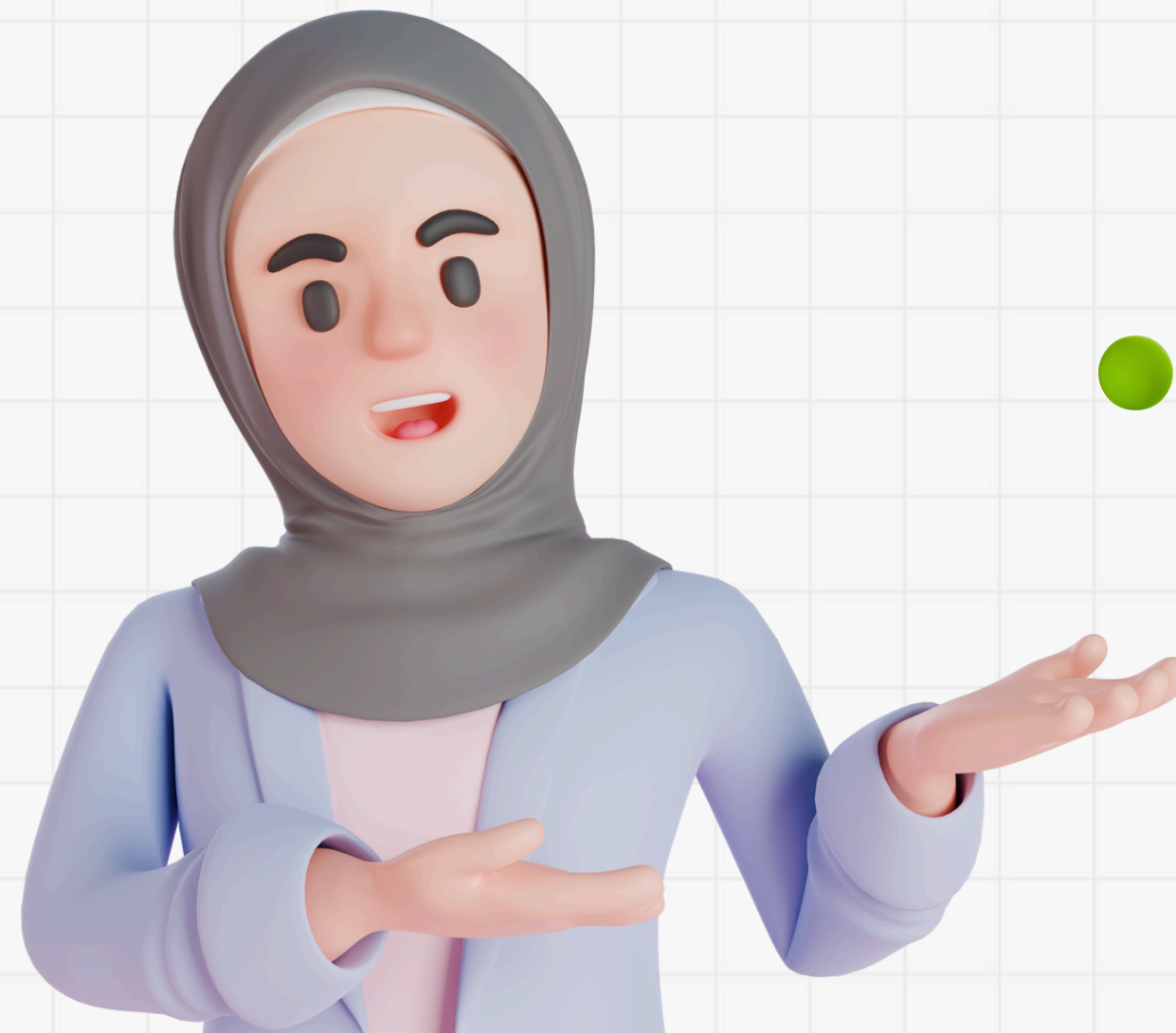
- **Earned (didapat)**
- **Membangun kepercayaan**
- **Tidak jaminan tayang**
- **Media dapat mengontrol konten akhirnya**
- **PR uses language (menggunakan kata-kata)**
- **Lebih murah**
- **“ini penting”**

## **PUBLIC RELATIONS**

- **Paid/berbayar**
- **Membangun exposure/terpaan**
- **Jaminan tayang**
- **Kontrol ada di klien sepenuhnya**
- **Adv uses visual**
- **Lebih mahal**
- **“belilah ini”**

# PR DAN IKLAN SAMA-SAMA BERHUBUNGAN DENGAN MEDIA

Pertanyaannya:  
**HOW TO HANDLE THE MEDIA?**



# JENIS MEDIA DAN KARAKTERISTIKNYA

- Media Cetak
- Media Elektronik
- Media Baru
- Media Luar Ruang



# Media Cetak

**Materi cetak: koran, majalah, tabloid**

Mudah didapatkan, dibawa, makan tempat untuk penyimpanan



# Media Elektronik

**Media Elektronik : TV, radio**

Mudah diakses, memanjakan mata, dan telinga, bisa disambi



# Media Baru

media online, media social

Kekinian, adiktif, cepat, real time,  
mudah didapatkan, mudah  
dievaluasi



# Media Luar Ruang

Baliho, spanduk, poster, billboard,  
videotron

Menjangkau masyarakat umum di  
luar ruang



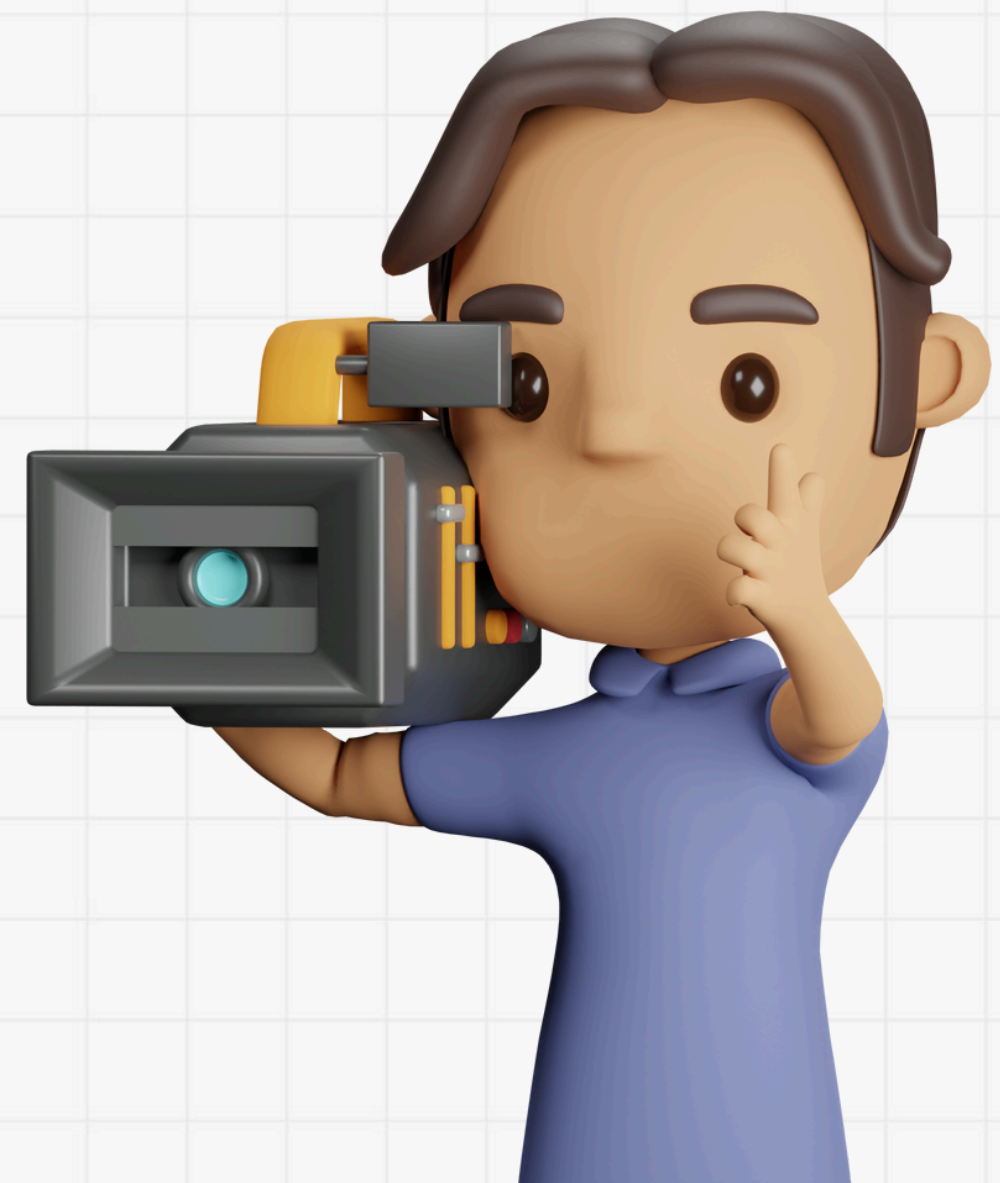
# TRILOGI MEDIA HUMAS PEMERINTAH

**Paid Media** : advertorial, siaran pers berbayar, placement berita/liputan berita di tv/radio, adlips, ILM di media tv swasta, sponsored ads, jasa selebgram/influencer dll

**Owned Media** : website instansi, media sosial instansi, podcast, review pelanggan

**Earned Media** : repost konten tidak berbayar, peliputan media tidak berbayar, media relations, influencer relations

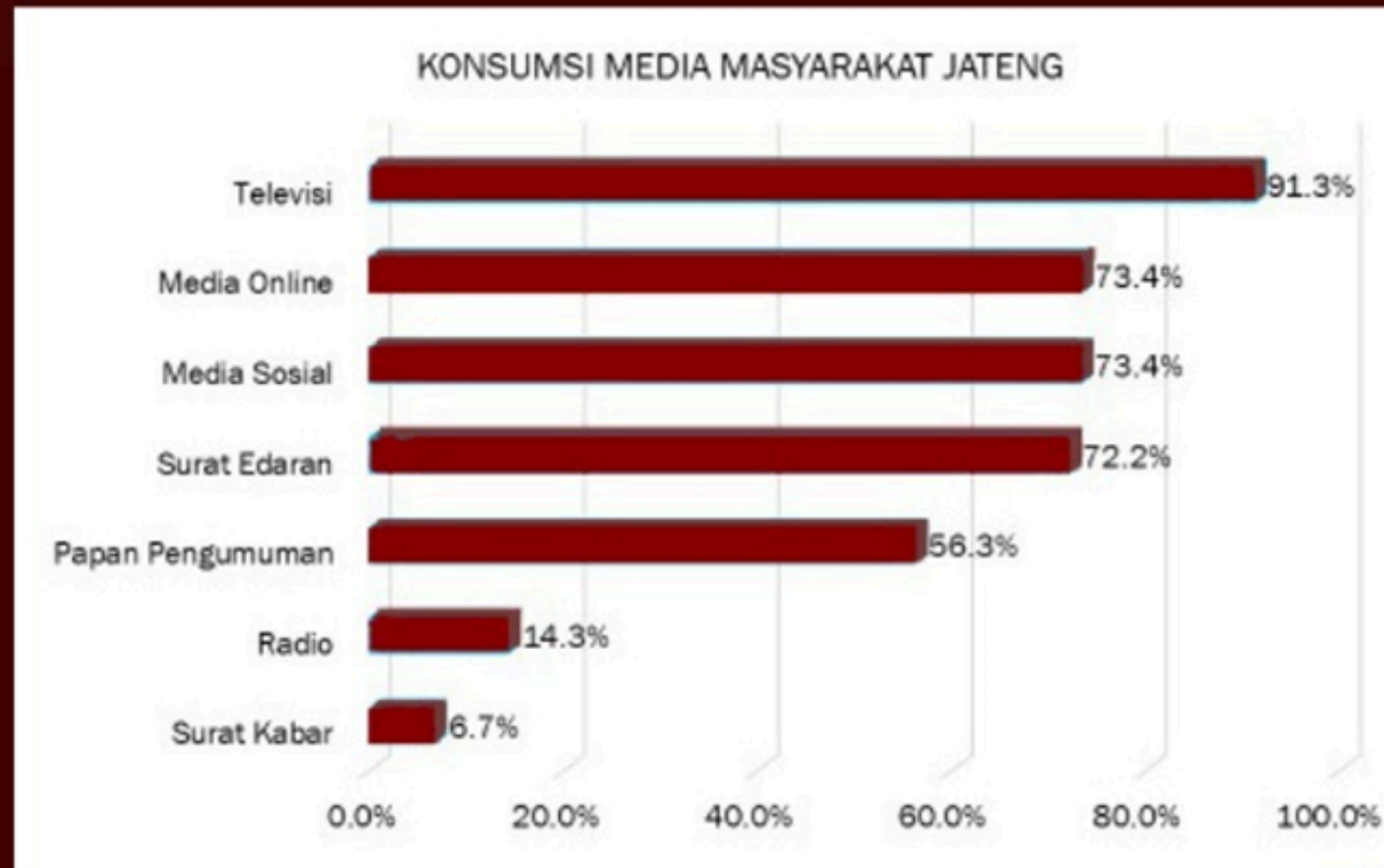
**Shared Media** : akun medsos organik, reshare (\*)



# Penggunaan media masyarakat Jawa Tengah



# PENGGUNAAN MEDIA PENDUDUK JAWA TENGAH



Sumber : hasil survei komunikasi publik oleh Diskominfo Jateng 2022

# Penggunaan media masyarakat Jawa Tengah



# STRATEGI PEMBUATAN KONTEN DI BERBAGAI MEDIA

- Media Cetak: Berita detail, foto, caption
- Media elektronik: Audio, audio visual, rekaman wawancara narasumber, footage/insert, laporan pandangan mata
- Media baru: Berita media online yang cepat, detail tidak terlalu penting, foto dan caption, real time, konten menyesuaikan karakteristik media social
- Media luar ruang: sekilas pandang, sambil lalu, gunakan gambar visual yang menarik, kata-kata yang tidak terlalu banyak, catchy kreatif



# STRATEGI PEMBUATAN KONTEN DI BERBAGAI MEDIA

## Langkah-Langkah:

- Tentukan tema yang akan dipublikasikan melalui rapat redaksi
- Undang instansi yang akan dipublish untuk rapat
- Tentukan pesan yang berbeda untuk setiap kanal media
- Tentukan event/kegiatan apa yang cukup menggunakan media owned, mana yang perlu paid
- Kerahkan seluruh potensi (SDM, anggaran) untuk menjalankan perencanaan media kita



# KINI SAATNYA MEDIA SOSIAL TAMPIL

JAN  
2024

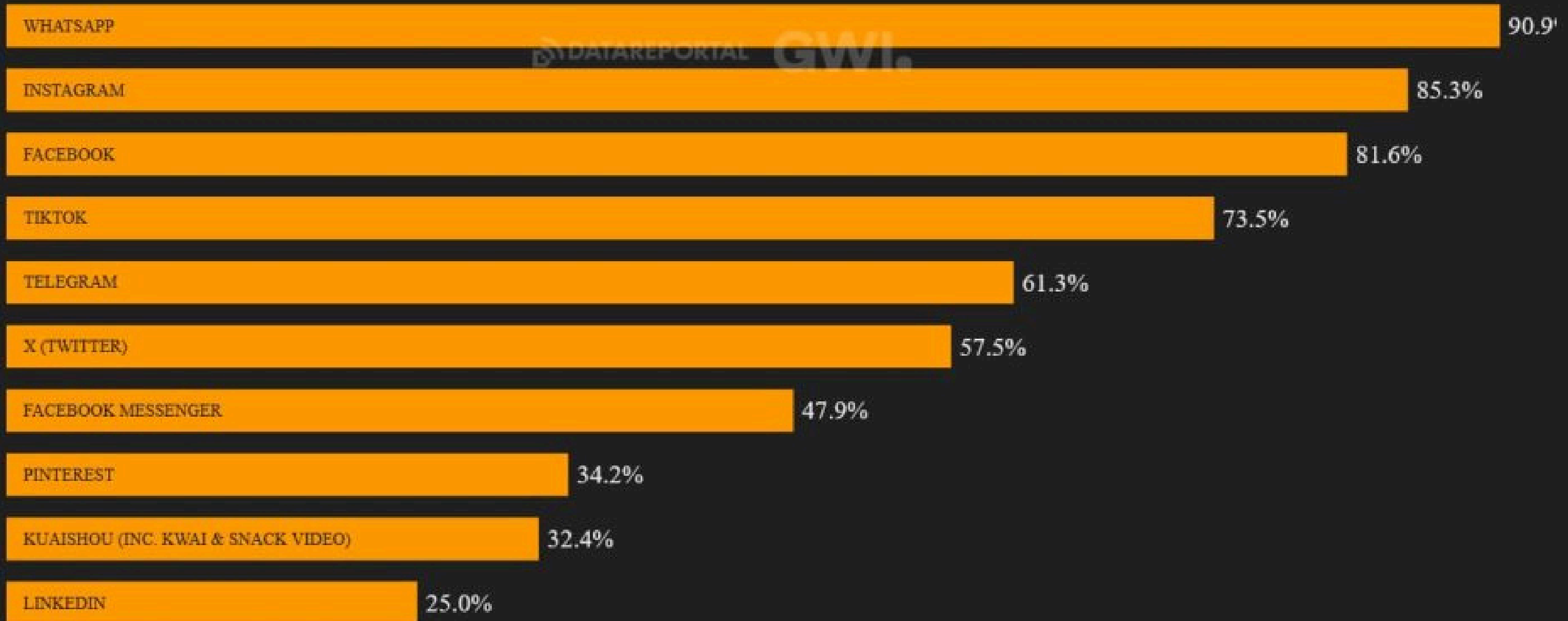
## MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH

**NOTE:** YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING



INDONESIA



JAN  
2023

# TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA APPS

AVERAGE TIME PER MONTH THAT USERS SPEND USING EACH PLATFORM'S ANDROID APP



INDONESIA

WHATSAPP



**29H 06M**

PER USER, PER MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**-7.3% (-2H 18M)**

YOUTUBE



**26H 48M**

PER USER, PER MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+1.5% (+24 MINS)**

TIKTOK



**29H 00M**

PER USER, PER MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+25.5% (+5H 54M)**

INSTAGRAM



**15H 24M**

PER USER, PER MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**-3.7% (-36 MINS)**

FACEBOOK

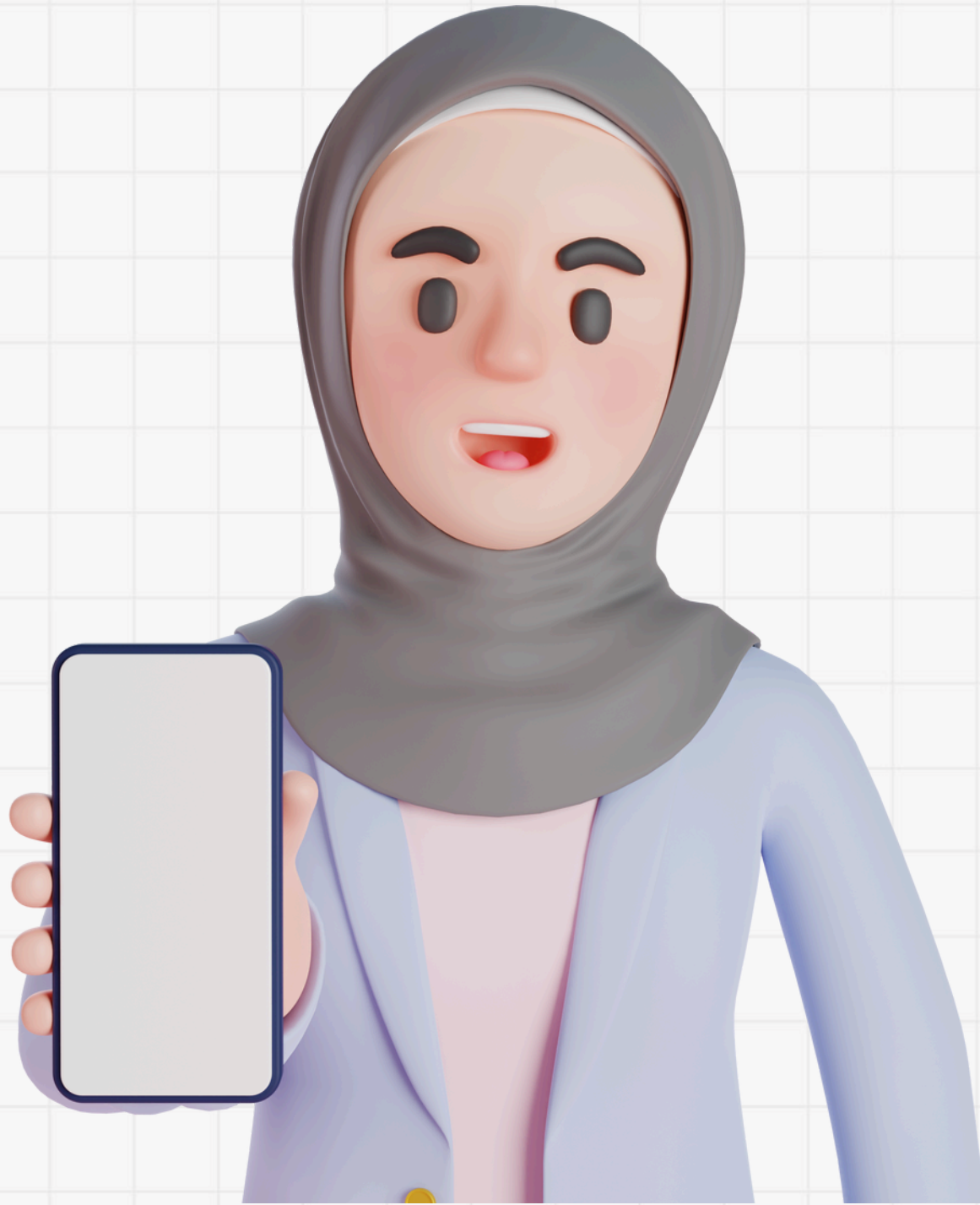


**14H 36M**

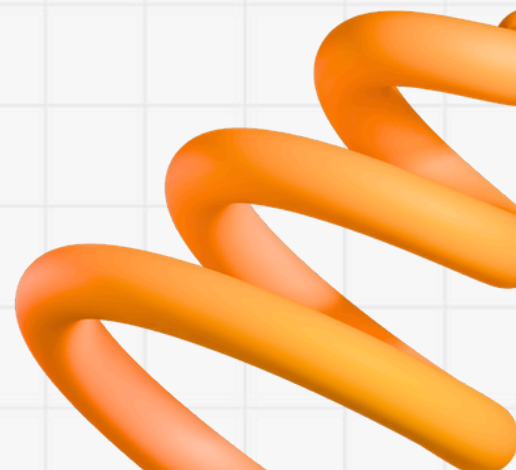
PER USER, PER MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**-3.9% (-36 MINS)**

# PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL PEMERINTAH



- **Media komunikasi dan publikasi pemerintah**
- **Informasi event, program dan kebijakan, update kegiatan**
- **Its oke not to be formal sesekali**
- **Komposisi konten informatif 80% dan hiburan 20%**



# Karakteristik Media Sosial



Biasa untuk jualan dan grup komunitas



Konten Video durasi Panjang



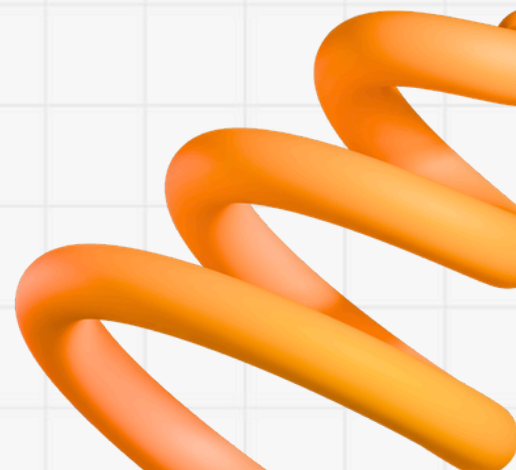
Saat ini kebanyakan untuk pelaporan, mention dll



Galeri Foto, Konten Desain yang menarik



Konten yang viral dengan lagu, dan kondisi saat ini



# Pilih Media yang tepat



Kenali karakter media sosial dan followersnya serta isu yang "dimakan"

Kulik fitur-fitur pendukungnya

# PLATFORM CYBER PUBLIC RELATIONS

## Microblogging

- Blog singkat
- Visual friendly
- Diksi/pilihan kata yang catchy
- Efektif untuk gen Z yang durasi perhatian pada konten minim sekali
- Cocok untuk informasi yang seketika
- Simple: tutorial, tips n trik, (boleh menyadur microblog orang tapi cantumkan sumber)



# PLATFORM CYBER PUBLIC RELATIONS



## Ads/Collab Post/paid promote

- Bekerjasama dengan akun-akun untuk turut menyebarkan konten kita (paid/shared/earned)
- Undang akun untuk hadi sendiri, liput sendiri, agar sesuai dengan style mereka
- Sesuaikan budget (jika ada)
- Kalau bisa custom, jangan satu konten utk semua kerjasama

# PLATFORM CYBER PUBLIC RELATIONS

## Publikasi kegiatan

- Peliputan kegiatan pimpinan, instansi
- Publikasi berupa foto, template foto, video, carousel
- Dikemas kreatif, bukan foto-foto seminar yang kaku dan tidak menarik



# PLATFORM CYBER PUBLIC RELATIONS



## Review

- Biasanya review pelayanan
- Berpengaruh pada WBBM J
- Orientasi pelayanan prima
- Tingkatkan komunikasi pada pelanggan yang menggunakan layanan kita (onsite)

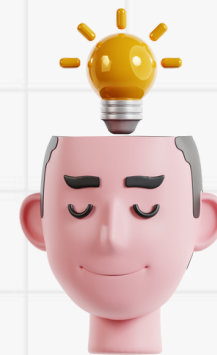
# Konten

Temukan ide baru yang fresh



Lakukan inovasi pada jenis konten

Kembangkan konsep yang sudah pernah dibuat



Lakukan evaluasi berkala





# Tantangan Bermedsos

- Informasi yang mudah dipahami masyarakat, disajikan secara cepat
- Menjangkau netizen di seluruh Indonesia, bahkan dunia
- Fast Respon Setiap Saat
- Menghadapi Komentar Negatif, Nyinyir, Bullying

# Yang Perlu Dilakukan



Bermitra dengan Komunitas / Relawan



Maksimalkan Website (Connect dengan Media Sosial)



Maintain Social Media



Bekerjasama dengan Media Massa untuk posting di akun medsosnya



# STRATEGI PRODUKSI KONTEN



Tetapkan tujuan pembuatan konten



Kenali audiens



Lakukan audit konten yang sudah ada





# STRATEGI PRODUKSI KONTEN

- Pilih saluran distribusi konten
- Tentukan tema dan topik konten
- Buat kalender editorial



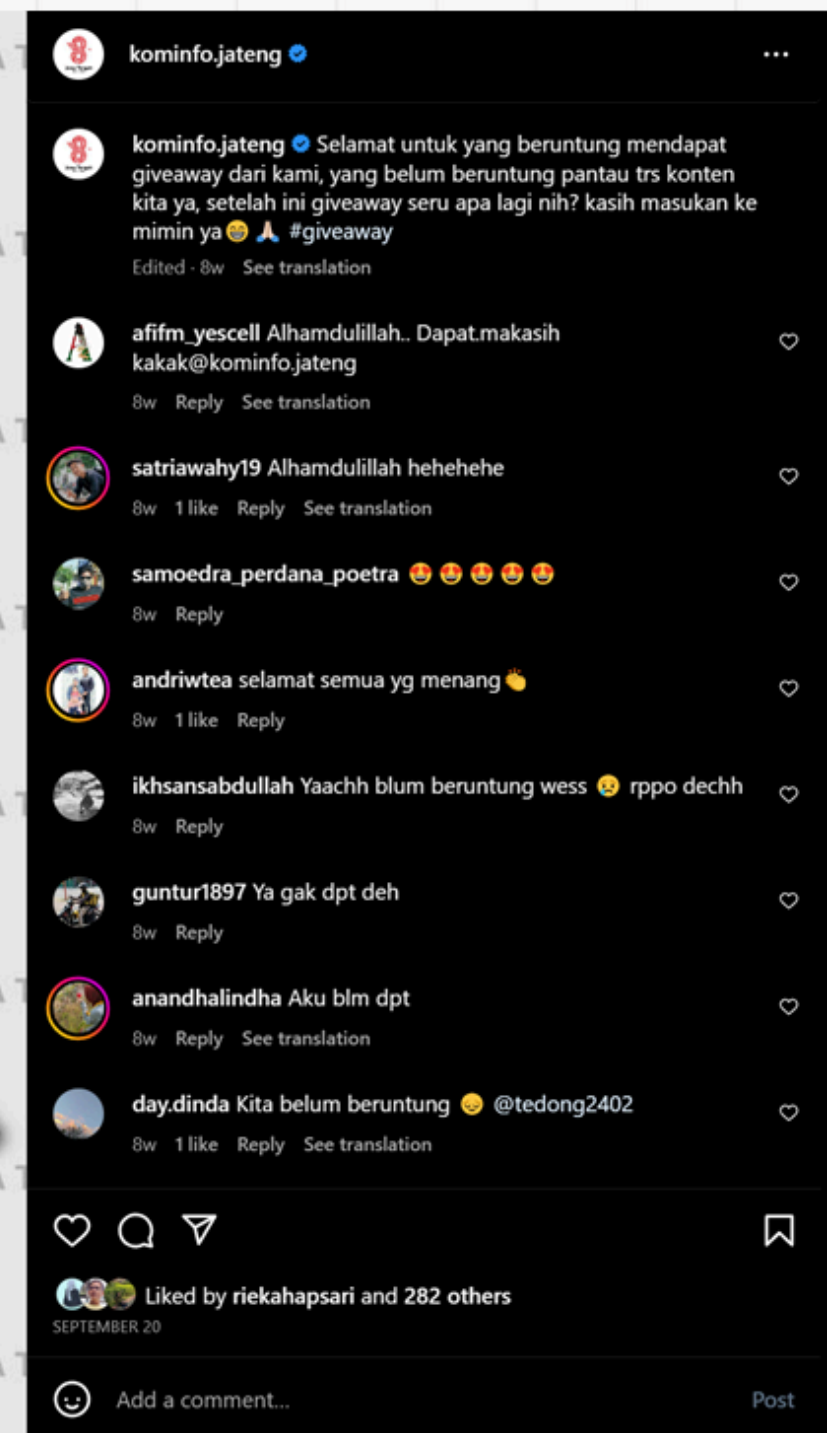
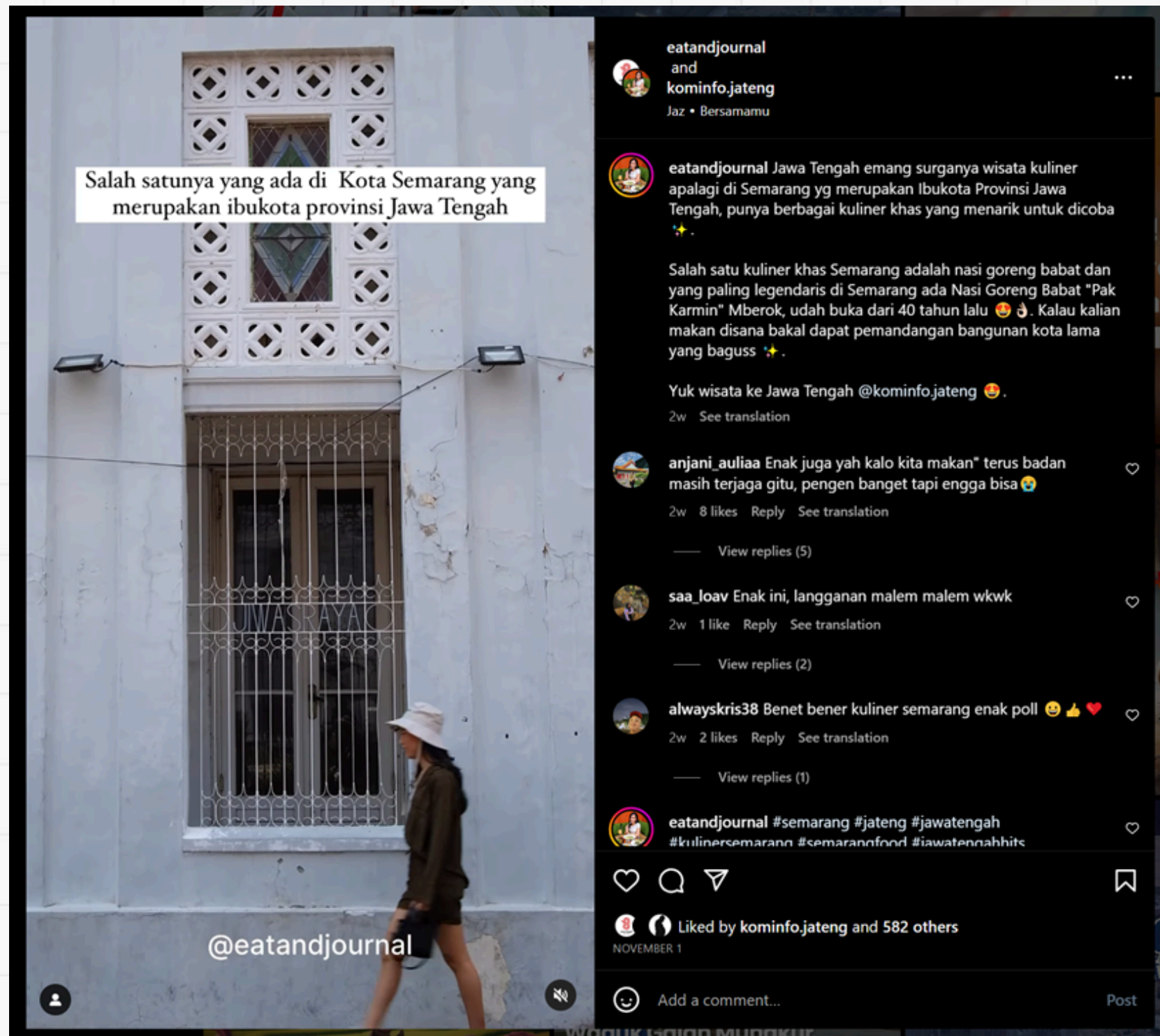
# STRATEGI PRODUKSI KONTEN

- Lakukan pengembangan dan produksi konten
- Lakukan publikasi secara konsisten dan promosi konten
- Optimasi konten dalam pencarian melalui SEO
- Ukur dan evaluasi konten

# GUNAKAN FITUR YANG ADA DI PLATFORM



# Challenge atau kolaborasi dengan akun



# Bonding dengan perkuat interaksi (DM, Balas Komen, like, repost, dst)

 **age\_karisma** Salah satu lokasi Syutingnya di Stasiun Tuntang, Kab Semarang 👍👍  
4d Reply See translation

— Hide replies

 **kominfo.jateng** @age\_karisma betul kak, stasiun bersejarah jg 😄🙏  
3d 1 like Reply See translation

 **muslim.\_productive** Juknis lombanya kak ?  
5w Reply See translation

— Hide replies

 **kominfo.jateng** @indra.\_pr selengkapnya di [jatengprov.go.id](http://jatengprov.go.id) ya  
5w Reply See translation

 **melia.s4** @kominfo.jateng semisal ga punya kartu pers gimana kak? Soalnya saya belum punya.  
4w Reply See translation

 **novanurp\_** Kalau mahasiswa boleh ikut ga min?  
5w Reply See translation

— Hide replies

 **kominfo.jateng** @novanurp\_ khusus wartawan jateng kak 🙏  
5w Reply

 **calon\_dosenn** Dari segi banyak kata di KBBI kenapa harus kata berkelahi min  
12w 3 likes Reply See translation

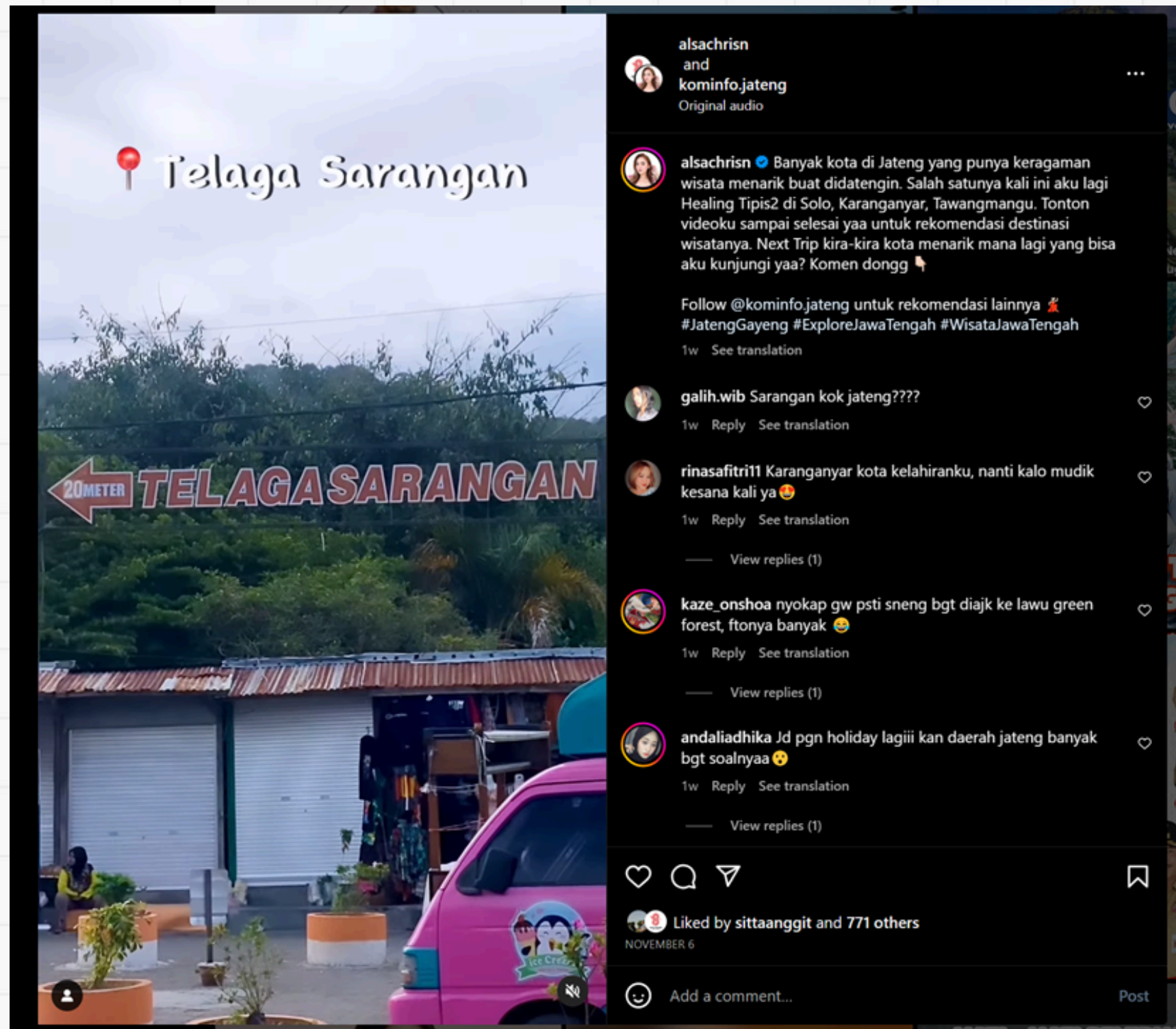
— Hide replies

 **kominfo.jateng** @petugas\_kakilima tiap minggu ganti kak 😄  
12w 1 like Reply

# Profiling seseorang penerima manfaat bantuan pemerintah (konten HUMAN INTEREST, sedih)



# Berikan caption yang mengundang interaksi

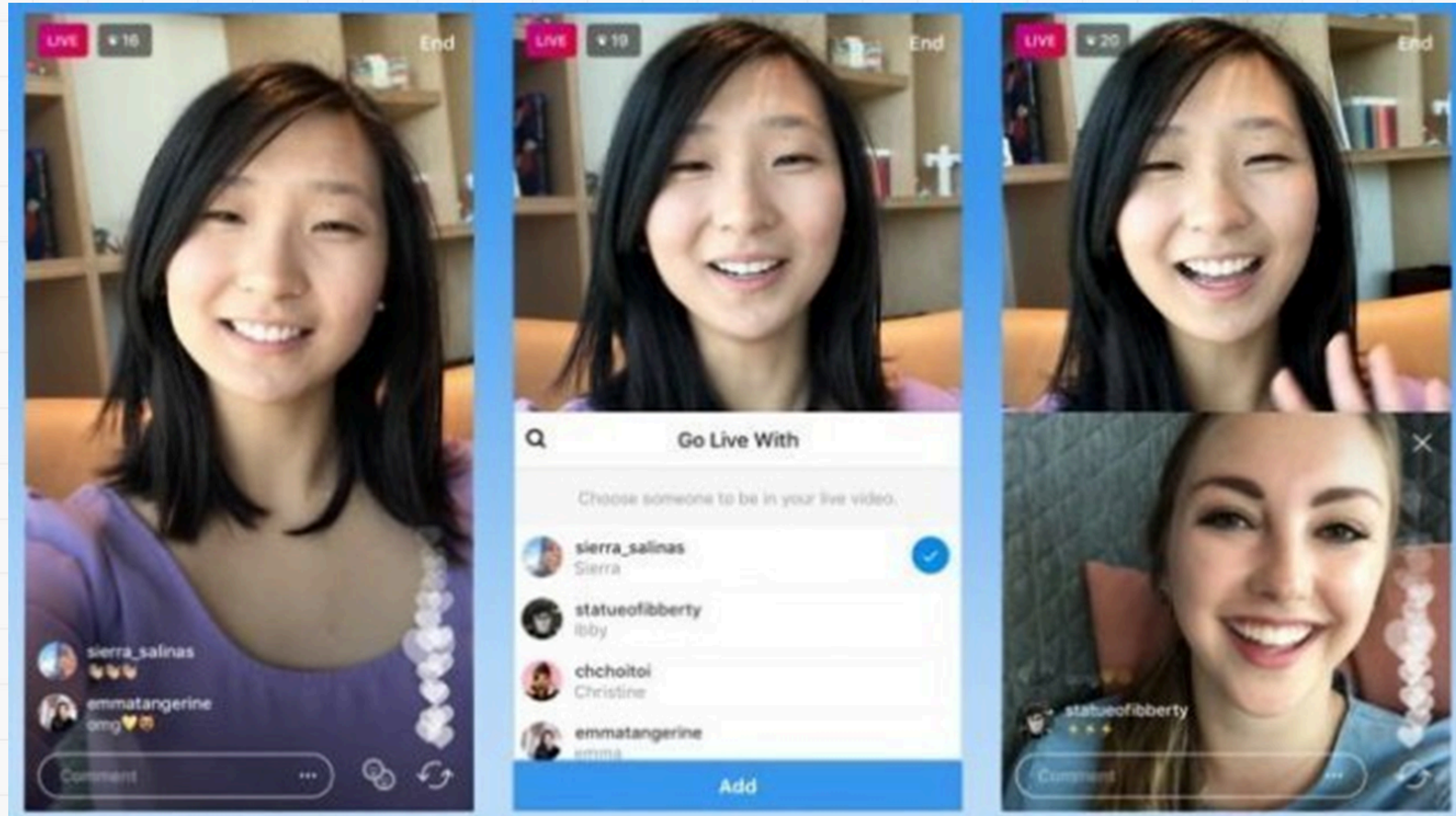


Kamu mau kesini sama siapa?

Kalau dapet kesempatan lahir lagi, kamu mau jadi apa?

Kalau kamu sudah pernah tulis apa di spanduk tanda tangan?

# LIVE dengan akun lain






# Temukan Konten/Akun yang bagus dan sesuai dengan lembagamu

ATM (Amati Tiru Modifikasi)

“Riding The Wave”

# Contoh



DISNEY

Magnificent

JAWA TENGAH

kominfo.jateng

kominfo.jateng Jawa Tengah. A truly magnificent work of God. #jatenggayeng #wisatajateng #disneyworld  
2w See translation

smkmusaba\_ Padahal nge slide terus nunggu Bloro 😭 tapi gapapa sih, ini kece bangeet 😍  
2w 4 likes Reply See translation

View replies (1)

sasangkavr Kereenn min, kalo bisa nyempet ke jateng bagian barat juga hee 🙌  
2w 2 likes Reply See translation

View replies (2)

miss\_asihfatmawati Ini pakai aplikasi apa kak?  
2w Reply

View replies (1)

mediasragen Slide terakhir di Sragen 📍  
2w 3 likes Reply See translation

\_dezdes\_ Woww.. aku suka Thema Disney ❤️  
2w 1 like Reply See translation

evi\_celestial 🤩 karimunjawa cakepnya 🤩  
2w 1 like Reply

semarang\_indihome ❤️  
2w Reply

Liked by machrifalhusein and 2,231 others  
OCTOBER 31

Add a comment... Post

# Contoh



kominfo.jateng  • [Follow](#)

Original audio



kominfo.jateng  Halo

[#KoncoJateng!](#)

Baru-baru ini Presiden Joko Widodo (Jokowi) meneken Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2024 tentang Perubahan Atas PP Nomor 25 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Tapera pada 20 Mei 2024. Tapera merupakan penyimpanan yang dilakukan oleh peserta secara periodik dalam jangka waktu tertentu.

Ingin tahu fakta-fakta seputar Tapera? Simak video berikut ini sampai selesai yuk, [#KoncoJateng!](#)

4d



146 likes

# Contoh



The image shows an Instagram post from the account 'kominfo.jateng'. The post features a video thumbnail on the left with the text 'Waspada Ditransfer Pinjol Ilegal' overlaid in a stylized font. The video content is partially obscured by the text. The post text on the right discusses various types of fraud, specifically mentioning 'modus salah transfer' (wrong transfer mode) where someone receives a transfer they never requested. It includes a warning to be cautious and a reference to '#KoncoJateng'. The post has 5,614 likes and was posted on May 4. The interface shows a plus sign for more options and icons for likes, comments, shares, and bookmarks.

**Waspada  
Ditransfer  
Pinjol Ilegal**

**kominfo.jateng** • [Follow](#)  
Original audio

**kominfo.jateng** Berbagai modus kejahatan kerap dilakukan penipu untuk menjerat korbannya. Seperti baru-baru ini viral di media sosial yaitu modus salah transfer. Seseorang melaporkan bahwa tiba-tiba mendapat transferan masuk padahal tidak pernah mengajukan pinjaman apapun.

Jika kamu atau orang sekitarmu mengalami hal tersebut, jangan khawatir [#KoncoJateng](#). Lakukan langkah-langkah seperti video berikut ini!

4w

5,614 likes  
May 4

Log in to like or comment.

# Apa yang harus dilakukan ?

**RM.id** Rakyat Merdeka | PARLEMEN | PEMILU | GOVERNMENT ACTION | PARPOL | EKONOMI BISNIS | NASIONAL | INTERNASIONAL | VI

**BREAKINGNEWS** Timnya Promosi Ke Seri A Liga Italia • Ke Napoli, Conte Ancang-anca

## 24 WNA Diamankan, Dirjen Imigrasi Evaluasi VoA Bagi Negara WNA Pembuat Ulah

Reporter & Editor :  
FIRSTY HESTYARINI

**Government Action**

Sabtu, 1 Juni 2024 18:50 WIB



Sebanyak 24 WNA di Bali diamankan Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Ngurah Rai karena overstay (tinggal lajak). (Foto: Ditjen Imigrasi)

**A+** **A-**

**RM.id Rakyat Merdeka** - Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Ngurah Rai mengamankan 24 warga negara asing (WNA) karena *overstay* (tinggal lajak) atau melebihi masa izin tinggal.

**medcom.id**

Nasional | Lifestyle | News | Hype & Viral | Haji 2024 | Pilkada 2024 | Pilar | Cek Fakta | Video | Foto | Gra

Politik | Peristiwa | Hukum | Metro | Daerah



Ilustrasi Kompleks Parlemen Senayan. Foto: MI/Susanto.

## Baleg Tegaskan Revisi UU Kementerian, Imigrasi, Polri, dan TNI Bersifat Terbatas

Fachri Audhia Hafiez • 28 Mei 2024 19:05

**A+** **A-**

Jakarta: Badan Legislasi (Baleg) telah menyelesaikan harmonisasi empat **undang-undang** (UU) dan disahkan menjadi usul inisiatif **DPR**. Amandemen beleid tersebut dipastikan bersifat terbatas.

**THANK  
YOU!**

