

PROPOSAL USULAN RENCANA KEGIATAN

APBD PROVINSI JAWA TENGAH TAHUN ANGGARAN 2020

**PROGRAM PENINGKATAN KUALITAS PENGELOLAAN INFORMASI DAN
KOMUNIKASI PUBLIK**

KEGIATAN ANALISIS BERITA DAN PENDAPAT PUBLIK

Oleh :

**SEKSI OPINI PUBLIK
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
PROVINSI JAWA TENGAH**



DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA PROVINSI JAWA TENGAH

Jl. Menterisupeno 1 No. 2 Semarang Telp 024 8319140 Fax 024 – 8319328 Kode Pos 50243
Surat Elektronik : diskominfo@jatengprov.go.id Laman : <http://diskominfo.jatengprov.go.id>

KERANGKA ACUAN KERJA

KEGIATAN

ANALISIS BERITA DAN PENDAPAT PUBLIK

TAHUN ANGGARAN 2020

Oleh :

SEKSI OPINI PUBLIK
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA PROVINSI JAWA TENGAH

I. Latar Belakang

Berdasarkan Renstra Diskominfo Jateng Tahun 2018 – 2023, indikator yang telah ditetapkan pada seksi opini publik adalah 44 rekomendasi tema untuk di publikasikan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah selama kurun waktu Tahun 2020. Untuk dapat mencapai indikator tersebut pada Tahun Anggaran 2020 dalam Kegiatan Analisis Berita dan Pendapat Publik, telah ditetapkan item pekerjaan untuk mengakomodir kebutuhan. Indikator dan tolok ukur yakni dari berbagai media (cetak, online dan televisi) yang berisi beraneka ragam informasi termasuk menyajikan artikel-artikel, dimana memuat gagasan, ide, pendapat, pemikiran-pemikiran pejabat, atau beberapa ahli di berbagai bidang sehingga mampu dijadikan sumber informasi yang faktual bagi setiap orang termasuk peneliti.

Media massa dapat dijadikan sumber dalam pengumpulan data, tetapi tidak semua berita yang ada di media massa dapat dijadikan data penelitian. Berita harus dipilih dan dianalisis sesuai dengan kebutuhan penelitian. Analisis digunakan untuk menganalisa semua bentuk komunikasi untuk dijadikan sebagai metode penelitian. Berita yang dapat dijadikan data, antara lain: berita yang objektif, tidak memihak sehingga tidak menyesatkan pengumpul data, mengandung wawasan ilmiah, dan beritanya aktual.

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2011 tentang Pedoman Pelaksanaan Tugas Kehumasan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah pada pasal 9 menyebutkan bahwa salah satu wewenang Pejabat kehumasan Kementerian Dalam Negeri, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota adalah mencari, mengolah dan menganalisa informasi. Sedangkan pada pasal 13 ayat (2) menjelaskan bahwa Pengembangan analisa media dan informasi sebagaimana dimaksud dilakukan dengan:

- a. Membuat skala prioritas isu yang harus disampaikan kepada publik;
- b. Memilih media yang lebih tepat digunakan sesuai dengan situasi dan kondisi lokal, bentuk pesan yang akan disampaikan dan luasan cakupan wilayah yang menjadi sasaran komunikasi;
- c. Pembentukan kelompok kerja untuk analisa isu-isu strategis yang berhubungan dengan kebijakan pemerintah di lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah;
- d. Menganalisis kemungkinan terjadinya perubahan dan dampak kebijakan yang dikeluarkan dengan mengikuti perkembangan berita, baik lokal, regional maupun internasional;

- e. Melaksanakan penelitian dan pengembangan manajemen umpan balik informasi;
- f. Melaksanakan pengumpulan pendapat umum;
- g. Melaksanakan analisis isi berita; dan
- h. Menganalisa isu dan pendapat umum.

Gambaran pendapat dari masyarakat atau yang dikenal dengan istilah opini publik sangat dibutuhkan dalam pengambilan keputusan dan kebijakan yang akan dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis opini publik, terdapat dua langkah yang bisa digunakan.

Langkah pertama yaitu dengan mengukur sejauh mana opini berkembang di masyarakat. Hal tersebut bisa dilakukan melalui analisis pemberitaan di media (cetak, online, televisi), respon di media sosial atau layanan aduan dan menggunakan metode audit komunikasi. Langkah kedua, yaitu menyusun sebuah agenda setting untuk mengarahkan atau membentuk opini di masyarakat. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah sistem atau strategi yang harus digunakan untuk pengambilan sebuah keputusan.

Intelligence Media Management (IMM) merupakan sistem otomatis yang bekerja 24 jam/7 hari secara *real-time*, dengan robot yang dapat membantu menganalisis indikasi politik, ekonomi, sosial, budaya, dan pertahanan keamanan di Indonesia berdasarkan pemberitaan media (*media mapping*). Sebuah analisis media yang bisa memberikan kajian secara lengkap mulai dari *timeline*, *influencers*, media, sentiment, *comparison*, dan penelusuran terhadap detail mengenai objek pemberitaan. Selain itu, juga mengukur opini masyarakat terhadap suatu isu, tokoh, organisasi, program, kebijakan, dan isu lainnya. Analisis dilakukan oleh software secara otomatis, untuk menentukan apakah respon dari publik bersifat positif atau negatif terhadap kriteria yang diukur. Oleh karena itu pengumpulan, analisa, serta pendistribusian data dan informasi dapat dilakukan secara aktual, akurat, mudah, sehingga dapat diakses kapan saja sesuai dengan kebutuhan.

Di era sekarang, media sosial merupakan sebuah sarana komunikasi yang efektif untuk menampung pendapat atau aspirasi masyarakat. Selain itu, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah memiliki layanan aduan yang juga bisa digunakan untuk mengetahui keluhan atau pendapat masyarakat. Melalui kanal aduan tersebut, mampu dijadikan sebagai salah satu tolak ukur untuk mengetahui apa saja isu yang disorot oleh masyarakat Jawa Tengah. Disisi lain, media sosial juga bisa dimanfaatkan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah sebagai sarana untuk mempublikasikan kegiatan, program maupun potensi di Jawa Tengah. Sehingga melalui publikasi di media sosial diharapkan mampu untuk mengarahkan opini publik masyarakat (*branding*) mengenai Pemerintah Provinsi Jawa Tengah itu sendiri. Oleh karena itu dibutuhkan mekanisme pengelolaan media sosial dan kanal aduan di lingkup Pemerintah Provinsi Jawa Tengah yang *up to date*, terdokumentasi dan direncanakan dengan baik. Setiap OPD diharapkan mampu mengoptimalkan saluran media sosial yang dimiliki untuk menampung pendapat atau aduan dari masyarakat.

Sehingga diperlukan adanya forum untuk pengelola media sosial OPD untuk meningkatkan kapasitas, koordinasi dan sinkronisasi satu sama lain.

Sementara itu, pemahaman kepada masyarakat juga sangat dibutuhkan untuk membentuk sebuah opini publik. Untuk memberikan pemahaman tersebut, bukan sekedar pengakuan subjektif dari internal pemerintah namun juga dari pihak eksternal yang bersifat objektif. Salah satunya adalah dengan meminta pendapat mengenai tema tertentu dari kalangan akademisi, praktisi maupun para ahli yang memiliki kredibilitas dan diakui oleh masyarakat. Pendapat tersebut kemudian dituangkan dalam bentuk naskah atau tulisan yang bisa diakses oleh masyarakat umum. Sehingga dapat menanamkan objektivitas kepada para pembacanya.

Ketika proses identifikasi dan pembentukan opini publik telah dilakukan maka perlu adanya metode monitoring yaitu berupa audit komunikasi untuk mengetahui sejauh mana masyarakat mengetahui program yang telah dijalankan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Tidak hanya itu, audit komunikasi juga dilakukan untuk mengetahui tingkat efektivitas yang telah dilakukan oleh Pemerintah dalam pengelolaan informasi dan komunikasi publik baik di lingkungan internal ataupun eksternal. Sehingga, selain untuk mengukur efektifitas juga mampu dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk pengelolaan informasi dan komunikasi publik kedepannya.

Oleh karena itu, untuk menganalisis dan mengidentifikasi opini publik diperlukan upaya atau metode-metode yang mampu digunakan secara efektif untuk mengukur dan membentuk opini publik sehingga mempunyai panduan yang akurat dan objektif dalam pengambilan kebijakan selanjutnya.

II. Maksud dan Tujuan

1. Bahan evaluasi terhadap isu berita yang berkembang setiap minggunya;
2. Untuk menentukan rekomendasi tema / konten berita berdasarkan hasil evaluasi dan isu yang saat ini berkembang;
3. Rekomendasi pada pimpinan daerah terkait tema / konten berita dan isu yang berkembang saat ini sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan kebijakan;
4. Peningkatan kapasitas pengelola media sosial SKPD di lingkup Pemerintah Provinsi Jawa Tengah;
5. Mengarahkan opini masyarakat sesuai dengan tujuan dari program kerja Pemerintah Provinsi Jawa Tengah;
6. Mengukur efektifitas publikasi yang telah dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah;
7. Bahan evaluasi dalam pengelolaan informasi dan komunikasi publik kedepannya.

III. Ruang Lingkup

Ruang Lingkup kegiatan Analisis Berita dan Pendapat Publik oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah adalah:

A. Analisis Berita

- 1) Kerjasama dengan **Pengelola Analisis Media Online dan Media Sosial** untuk melakukan monitoring Berita Perkembangan Jawa Tengah melalui media online dan media sosial untuk mengetahui arah pemberitaan yang cenderung negatif, positif dan netral untuk kemudian dianalisis dan dibuat rekomendasi sebagai bahan masukan kepada Pimpinan dalam membuat kebijakan.
- 2) Kerjasama dengan Pengelola **Analisis Media Cetak** dalam melakukan monitoring berita baik di media cetak lokal maupun nasional untuk mengetahui isu aktual atau berita yang menonjol dari Jawa Tengah. Kemudian dikelompokkan mana saja berita positif, negatif dan netral untuk dibuatkan rekomendasi sehingga Pemerintah Provinsi Jawa Tengah bisa secara cepat melakukan klarifikasi berita tersebut.
- 3) Kerjasama dengan Pengelola **Analisis Media Televisi** dalam melakukan monitoring berita untuk mengetahui isu aktual atau berita yang menonjol di Jawa Tengah, kemudian diklasifikasi mana saja berita positif, negatif dan netral, disertai rekomendasi sehingga Pemerintah Provinsi Jawa Tengah bisa secara cepat untuk melakukan klarifikasi berita tersebut. Selain itu, analisis ini diharapkan mampu memetakan volume dan isi pemberitaan atau publikasi Pemprov Jawa Tengah di Media TV Nasional dibandingkan dengan beberapa Provinsi lain di sekitar Jawa Tengah.

B. Diskusi atau Forum Koordinasi dan Sinkronisasi antar pengelola media sosial di Pemprov Jateng dan masyarakat umum di Jawa Tengah

- 1) Mengoptimalkan layanan aduan melalui media sosial, portal dan android Lapor.Gub, sms.laporgub dan twitter sehingga masyarakat memperoleh solusi terhadap aduan yang disampaikan dengan mekanisme yang cepat, tepat, sederhana dan akurat;
- 2) Mengoptimalkan layanan aduan untuk mengetahui isu yang disorot oleh masyarakat dan mampu dijadikan bahan evaluasi untuk menentukan kebijakan.
- 3) Rakor / FGD pengelola Media Sosial di Lingkup Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan masyarakat umum di Jawa Tengah
- 4) *Update* database secara berkala admin pengelola media sosial lingkup Pemerintah Provinsi Jawa Tengah.

C. Audit Komunikasi Publik

- 1) Mengukur efektivitas program pengelolaan informasi dan komunikasi publik yang telah dilakukan;
- 2) Mengukur efektivitas proses publikasi, baik dari jenis konten, media yang digunakan dan disesuaikan dengan kondisi demografis masyarakat;.
- 3) Mengetahui sejauh mana masyarakat mengetahui program yang telah dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah.

D. Penulisan Naskah Opini Publik

- 1) Penulisan naskah opini publik dilakukan untuk membentuk opini kepada masyarakat melalui tulisan dengan tema yang telah ditentukan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah.
- 2) Naskah ditulis untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai tema yang sudah ditentukan.
- 3) Penulisan naskah dilakukan oleh penulis profesional, baik akademisi, praktisi maupun para ahli dalam skala regional dan nasional yang memiliki kredibilitas, sehingga memiliki *impact* dan obyektivitas bagi masyarakat yang membacanya.
- 4) Naskah yang telah jadi kemudian dipublikasikan melalui media cetak maupun online/jurnal sehingga dapat diakses oleh masyarakat umum.

E. Festival Komunikasi Publik

- 1) Festival Komunikasi Publik merupakan salah satu event yang dirancang sebagai sarana untuk Mengembalikan esensial Komunikasi Publik dalam tatanan yang seharusnya sebagai salah satu media untuk mengomunikasikan hal-hal yang benar dan tepat sasaran, Berkumpulnya insan-insan yang tergerak dan berperan langsung dalam pengembangan Komunikasi dan Informasi dalam masyarakat, Mengekspresikan ide dan karya melalui Expo Komunikasi dan Informasi Publik serta terkomunikasikan secara luas kepada masyarakat.
- 2) Kegiatan ini untuk membangun jejaring kerjasama dengan berbagai kelompok masyarakat maupun individu untuk membangun kemitraan dalam memberikan informasi, khususnya seluk beluk tentang Komunikasi Publik.
- 3) Selain itu juga memfasilitasi kelompok masyarakat yang tergabung dalam sebuah industri media, baik swasta maupun negeri dalam sebuah Expo Komunikasi Publik; maupun kegiatan lain yang mendukung suksesnya Kegiatan Festival Komunikasi Publik

IV. Keluaran

Sasaran yang hendak dicapai dari Rencana Kerja dan Anggaran (RKA) kegiatan Analisis Berita dan Pendapat Publik yang diselenggarakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Tengah adalah :

1. Diperolehnya 44 rekomendasi tema untuk di publikasikan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah selama kurun waktu Tahun 2020;
2. Diperolehnya rekomendasi solusi konkrit terhadap permasalahan yang dihadapi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah;
3. Terselenggaranya 6 (enam) kali Diskusi atau Forum Koordinasi dan Sinkronisasi antar pengelola media sosial di Pemprov Jateng dan masyarakat umum di Jawa Tengah
4. Diperolehnya 4 (empat) buku yang berisi hasil dari audit komunikasi yang bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi program pengelolaan informasi dan komunikasi publik;
5. Terpublikasinya 12 naskah opini publik di media (cetak dan *online*/jurnal).
6. Terselenggaranya Festival Komunikasi Publik 1 (satu) kali dalam setahun yang mana sasaran peserta adalah masyarakat Indonesia, khususnya Pengguna Layanan Informasi Publik; Pengunjung, Peserta Kegiatan, Pelaku dan Pembuat Kebijakan Informasi Publik, Industri Media, dan masyarakat yang akan hadir pada berbagai event yang menitikberatkan pada Komunikasi Publik.

V. Outcome :

1. Pimpinan dapat memperoleh masukan dengan cepat, tepat, dan akurat, sehingga dapat dihasilkan keputusan/kebijakan yang tepat sasaran.
2. Diperolehnya saran dan masukan kepada Pimpinan atau *Stakeholder* terkait berdasarkan data dan informasi yang akurat, sehingga dapat diambil keputusan dan kebijakan yang akurat.
3. Aduan masyarakat dapat ditangani dengan mekanisme yang cepat, tepat sederhana dan akurat.
4. Produk Publikasi atau aktivitas pemberitaan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dapat *up to date* dan mengakomodir kebutuhan masyarakat akan informasi.
5. Memiliki panduan yang bersifat objektif untuk bahan evaluasi dalam program pengelolaan informasi dan komunikasi publik.
6. Mampu memberikan pemahaman bagi masyarakat mengenai tema tertentu
7. Mengetahui pendapat publik mengenai suatu isu yang sedang terjadi sehingga mampu dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam mengambil kebijakan.

VI. Rencana Penganggaran

Rencana Kerja dan Anggaran (RKA) kegiatan Analisis Berita dan pendapat Publik bersumber dari APBD Diskominfo Provinsi Jawa Tengah.Tahun 2020.

Sedangkan Pagu Anggaran yang dialokasikan pada tahun 2020 ini sebesar Rp. 5.000.000.000,- terdiri dari :

1. Kegiatan Analisis Berita di Media Massa

- a. Jumlah User IMM (5 orang x 11 bulan) = Rp. 82.500.000,-
- b. Jumlah topik IMM (3 topik x 11 bulan) = Rp. 115.500.000,-

2. Kegiatan Analisis Media Sosial

- a. Jumlah User IMM (5 orang x 11 bulan) = Rp. 82.500.000,-
- b. Jumlah topik IMM (3 topik x 11 bulan) = Rp. 115.500.000,-

3. Kegiatan Diskusi atau Forum Koordinasi dan Sinkronisasi antar pengelola media sosial di Pemprov Jateng dan masyarakat umum di Jawa Tengah

- a. Honorarium Narasumber = Rp. 24.000.000,-
- b. Honorarium Moderator = Rp. 4.200.000,-
- c. Belanja Makan dan Minum peserta kegiatan = Rp. 42.500.000,-
- d. Perlengkapan peserta = Rp. 42.500.000,-
- e. Uang Harian Peserta = Rp. 42.500.000,-
- f. Dekorasi kegiatan = Rp. 9.000.000,-

4. Kegiatan Audit Komunikasi Publik = Rp. 400.000.000,-

5. Penulisan Naskah Opini Media

- a. Honorarium penulis naskah opini media (regional) = Rp. 30.000.000,-
- b. Honorarium penulis naskah opini media (nasional) = Rp. 60.000.000,-

6. Festival Komunikasi Publik

- a. Perencanaan Festival Komunikasi Publik = Rp. 100.000.000,-
- b. Pelaksanaan Festival Komunikasi Publik = Rp. 2.000.000.000,-

7. Belanja Jasa Publikasi

- a. WA Blasting = Rp. 90.000.000,-
- b. Blow Up Opini Publik di Media Cetak Lokal = Rp. 60.000.000,-
- c. Biaya Kolom Opini Media Nasional = Rp. 150.000.000,-
- d. Advertorial Publik Media Online = Rp. 210.000.000,-

8. Kegiatan Pendukung lainnya = 1.339.300.000,-

Meliputi :

- a. Honorarium Pengadaan Barang dan Jasa = Rp. 9.600.000,-
- b. Belanja Alat Tulis Kantor = Rp. 38.392.000,-
- c. Belanja Souvenir atau cendera mata = Rp. 150.000.000,-
- d. Belanja Paket Pengiriman = Rp. 18.000.000,-
- e. Belanja Jasa Tenaga Teknis = Rp. 192.000.000,-
- f. Belanja Premi Asuransi Kesehatan Non PNS = Rp. 5.760.000,-
- g. Belanja Cetak = Rp. 2.750.000,-

- h. Belanja Penggandaan = Rp. 9.698.000,-
- i. Belanja Makanan dan Minuman Rapat = Rp. 19.000.000,-
- j. Belanja Perjalanan Dinas Dalam Daerah = Rp. 288.000.000,-
- k. Belanja Perjalanan Dinas Luar Daerah = Rp. 239.100.000,-
- l. Belanja Modal Peralatan dan Mesin-Pengadaan Personal Komputer = Rp. 367.000.000,-

VII. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

A. Kegiatan Analisis Berita

Langganan Software Analisis Berita media Cetak, Online dan Televisi dan media sosial melalui *Intellegence Media Monitoring* (IMM) dilakukan selama 11 Bulan, Januari s.d November 2020

B. Diskusi atau Forum Koordinasi dan Sinkronisasi antar pengelola media sosial di Pemprov Jateng dan masyarakat umum di Jawa Tengah

Kegiatan Diskusi atau Forum Koordinasi dan Sinkronisasi antar pengelola media sosial di Pemprov Jateng dan masyarakat umum di Jawa Tengah dilaksanakan 6 kali dalam 1 tahun, Setiap dua bulan sekali selama tahun 2020. Untuk tempat kegiatan bertempat di wilayah Jawa Tengah dengan 2 narasumber, lokasi menyesuaikan dengan kebutuhan dan tema diskusi yang diangkat.

C. Kegiatan Audit Komunikasi Publik

Proses pelaksanaan audit komunikasi publik dilaksanakan pada semester pertama tahun anggaran 2020. Hasil dari audit komunikasi publik yaitu 1 (satu) buah rekomendasi berupa buku hasil dari audit komunikasi yang dilakukan di lingkup Jawa Tengah.

D. Penulisan Naskah Opini Media

Penulisan naskah opini media dilakukan oleh penulis profesional baik akademisi/ahli dalam skala regional dan nasional yang masing-masing penulis menghasilkan 1 (satu) naskah tiap bulannya. Naskah yang telah jadi kemudian dipublikasikan melalui media cetak maupun online/jurnal.

E. Festival Komunikasi Publik

Pelaksanaan Festival Komunikasi Publik dilaksanakan 1 (satu) kali dalam setahun dimana pelaksana kegiatan adalah Pelaku dan Pembuat Kebijakan yang terkait dengan Komunikasi Publik yang mampu memberikan informasi mengenai Komunikasi Publik pada umumnya; Informasi dan Transaksi Elektronik; Keterbukaan Informasi Publik; Standar Layanan Informasi Publik sehingga pengunjung bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

VIII. JADWAL PELAKSANAAN

Jadwal pelaksanaan kegiatan terlampir.

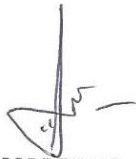
IX. PENUTUP

Demikian Kerangka Acuan Kerja (KAK) / Term of Reference (TOR) RKA Kegiatan analisis berita dan pendapat Publik Bidang IKP.

Semarang, 25 November 2019

Disusun oleh :

KASI OPINI PUBLIK



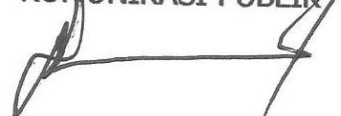
DICKY ADINURWANTO, S.SOS., M.M

Penata

NIP.19800506 200903 1 006

Diketahui oleh :

KEPALA BIDANG INFORMASI DAN
KOMUNIKASI PUBLIK



SETYO IRAWAN, ATD, MM

Pembina Tingkat I

NIP.19661225 199103 1 010