



KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
REPUBLIK INDONESIA

LAPORAN KINERJA 2019



DIREKTORAT JENDERAL
INFORMASI DAN KOMUNIKASI PUBLIK

LAPORAN **KINERJA 2019**

DIREKTORAT JENDERAL
INFORMASI DAN KOMUNIKASI PUBLIK

TIM PENYUSUN LAPORAN KINERJA DIREKTORAT JENDERAL INFORMASI DAN KOMUNIKASI PUBLIK TAHUN 2019

Pengarah:

Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik

Penanggung Jawab:

Sekretaris Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik

Editor:

Marolli J Indarto

Penulis:

Prasetyo Hadi

Dewi Yuliana Lestari

Nurjiyanto

Grafis:

Eni Eryani

Supriyanto

Diterbitkan oleh:

Bagian Perencanaan Progam & Pelaporan Setditjen

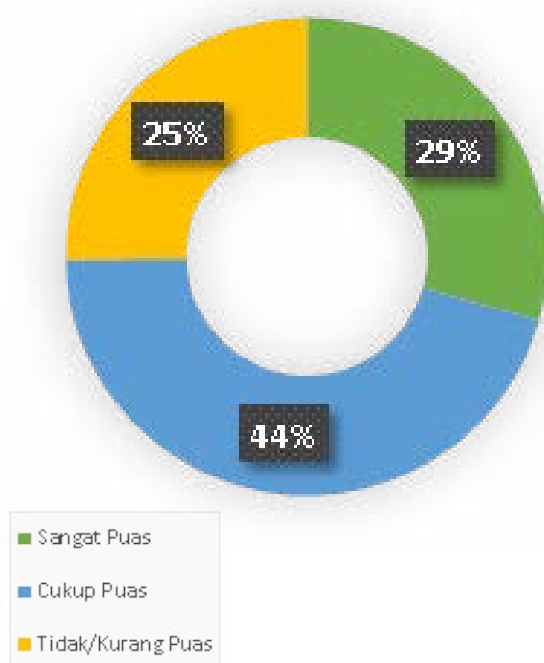
Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian

Komunikasi dan Informatika RI

Tahun 2020

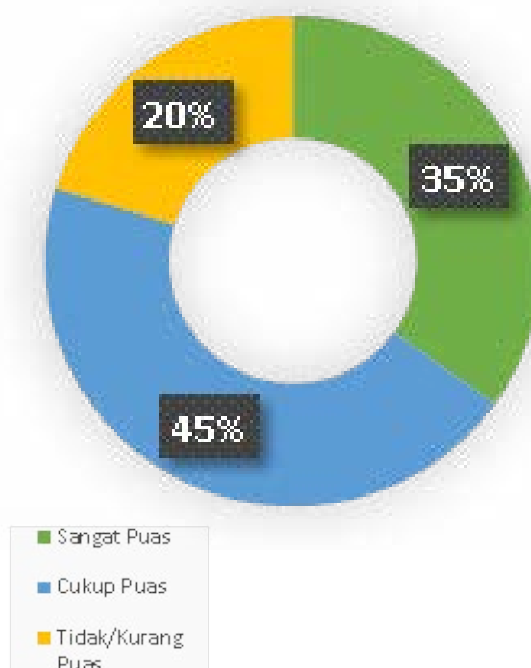
Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik tahun 2019 menyajikan berbagai upaya dan hasil pada Tahun 2019 yang terdiri dari 2 (dua) sasaran program. Target kinerja yang telah ditetapkan secara umum telah dapat terpenuhi dan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa indikator yang masih belum tercapai.

Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Informasi yang Didapatkan (rata-rata 75%)



Pencapaian target indikator kinerja memberikan gambaran keberhasilan dalam pelaksanaan Sasaran Strategis Kementerian Komunikasi dan Informatika Tahun 2019 pada peningkatan kepuasan masyarakat terhadap informasi publik terkait kebijakan dan program prioritas pemerintah sebagai turunan utama.

Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Akses Informasi yang Didapatkan (rata-rata 78%)



Laporan kinerja juga akan menggambarkan terhadap kontribusi pada Sasaran Strategis Kementerian Komunikasi dan Informatika Tahun 2019 pada aspek Peningkatan Kualitas Tata Kelola Kementerian Kominfo terkait Reformasi Birokrasi, Akuntabilitas Kinerja, serta Kinerja Anggaran. Secara keseluruhan keberhasilan program-program sangat ditentukan oleh adanya komitmen serta peran aktif dari segenap komponen sivitas di lingkungan Direktorat Jenderal Komunikasi dan Informasi Publik serta lembaga-lembaga terkait. Uraian perihal capaian dari sasaran program akan lebih detail digambarkan pada Bab III.



Atas berkat rahmat Tuhan Yang Maha Esa, akhirnya Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Tahun 2019 dapat diselesaikan. Penyusunan Laporan Kinerja (LAKIP) merupakan amanat dari Peraturan Presiden Nomor 29 Tahun 2014 tentang Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP) dan Undang-Undang No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. LAKIP disusun sebagai bentuk akuntabilitas instansi pemerintahan yang menggambarkan kinerja yang dicapai oleh suatu organisasi atas pelaksanaan program dan kegiatan yang dibiayai APBN periode 1 tahun berjalan.

Laporan disusun berdasarkan sasaran kinerja yang diturunkan dari Rencana Strategik (Renstra) yang lebih tinggi yakni Kementerian Komunikasi dan Informatika. Manfaat dari Laporan Kinerja sebagai bahan evaluasi terhadap instansi pemerintah yang bersangkutan selama 1 tahun anggaran.

Disadari bahwa diperlukan komitmen, kerja keras dan Kerjasama segenap jajaran Ditjen IKP dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran strategis dalam program utama Kementerian Komunikasi dan Informatika yang diturunkan dari NAWACITA. Maka untuk selanjutnya diharapkan semakin banyak kegiatan di lingkungan Ditjen IKP yang lebih terukur dan lebih tajam outcomenya sehingga lebih bermanfaat bagi masyarakat.

Kami berharap agar laporan ini dapat dimanfaatkan sebagai media evaluasi dan mewakili atas penilaian kinerja Ditjen IKP Tahun 2019. Walaupun tahun 2019 adalah tahun pertama saya menerima estafet kepemimpinan selaku Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, atas peran serta dan kerja keras seluruh jajaran Ditjen IKP yang telah memungkinkan terlaksananya tugas dan fungsi yang diemban selama tahun 2019, diucapkan terima kasih.

Jakarta, Juni 2020

Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik

ttd

Prof.Dr. Widodo Muktiyo



*Pelantikan Prof.Dr.Widodo Muktiyo
Sebagai Direktur Jenderal Informasi
dan Komunikasi Publik
di Gedung Serbaguna Kemkominfo,
Jumat 6 September 2019.*

BAB I

PENDAHULUAN

A.	Struktur Organisasi	12
B.	Kedudukan dan Fungsi	13
C.	Sumber Daya Manusia	13

BAB II

PERENCANAAN KINERJA

A.	Rencana Strategis Tahun 2015 – 2019	17
B.	Proses Pencapaian Kinerja Organisasi	18

BAB III

AKUNTABILITAS KINERJA

A.	Capaian Unit Kerja Eselon I	23
B.	Kinerja Eselon II Tahun 2019	31
1.	Kinerja Direktorat Tata Kelola & Kemitraan Komunikasi	31
2.	Kinerja Direktorat IK Polhukam	34
3.	Kinerja Direktorat IK Perekonomian & Maritim	42
4.	Kinerja Direktorat IK PMK	50
5.	Kinerja Direktorat Pengelolaan Media	56
6.	Kinerja Sekretariat Direktorat Jenderal IKP	67

BAB IV

PENUTUP

A.	Kesimpulan	75
B.	Rekomendasi	76
	Lampiran Realisasi Keuangan 2019	78

BAB 1

PENDAHULUAN



BAB I Pendahuluan

Dinamika pemanfaatan media serta teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat dan pemerintah dalam mengakses berbagai informasi ataupun pada aspek berkomunikasi. Kondisi itu memerlukan penyesuaian dalam pelayanan informasi dan komunikasi pemerintahan agar cita-cita membangun dan mencerdaskan kehidupan bangsa dapat terwujud. Hal ini memang merupakan amanah dari UU nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik yang menjamin hak warga negara terkait segala informasi rencana pembuatan kebijakan publik, program kebijakan publik serta proses dan alasan kebijakan pemerintah. Artinya, komunikasi pemerintah harus dilakukan dalam rangka membangun citra tata kelola pemerintahan yang efektif, demokratis, dan terpercaya, sebagai upaya mendapatkan kepercayaan publik. Agar dapat menjawab tantangan tersebut, arah kebijakan pembangunan pada dokumen RPJMN 2015-2019 menjelaskan bahwa pemerintah akan membangun keterbukaan informasi dan komunikasi publik melalui penguatan *Government Public Relations* (GPR).

Government Public Relations (GPR) merupakan program yang bertujuan untuk memastikan masyarakat mengetahui apa yang dilakukan pemerintah dan ikut berpartisipasi dalam pembangunan. Implementasi GPR dilaksanakan sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Melalui Inpres tersebut dijelaskan bahwa untuk menunjang keberhasilan Kabinet Kerja, menyerap aspirasi publik, dan

mempercepat penyampaian informasi tentang kebijakan dan program pemerintah, Presiden menginstruksikan Kementerian dan Lembaga negara untuk:

1. Menyampaikan data dan informasi terkait dengan pelaksanaan tugas dan fungsi kepada Menteri Komunikasi dan Informatika secara berkala;
2. Menyebarkan kepada publik narasi tunggal dan data pendukung lainnya yang disusun oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika terkait dengan kebijakan dan program pemerintah;
3. Menyampaikan setiap kebijakan dan program pemerintah secara lintas sektoral dan lintas daerah kepada publik secara cepat dan tepat;
4. Menyampaikan informasi melalui berbagai saluran komunikasi kepada masyarakat secara tepat, cepat, objektif, berkualitas baik, berwawasan nasional, dan mudah dimengerti terkait dengan kebijakan dan program pemerintah.

Khusus untuk Kementerian Komunikasi dan Informatika diberikan tugas khusus sebagai koordinator pengelolaan komunikasi publik yang berperan untuk :

1. mengkoordinasikan perencanaan, penyiaran, dan pelaksanaan kebijakan dan program pemerintah;

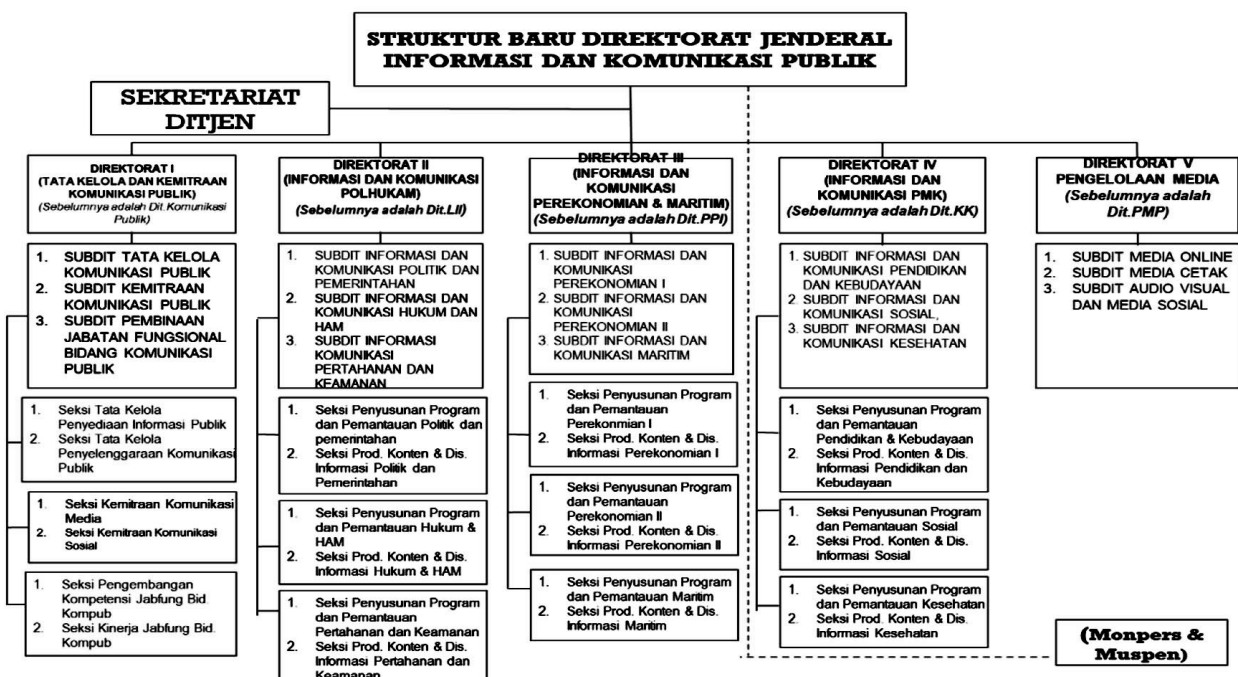
- melakukan kajian terhadap data dan informasi yang disampaikan kementerian dan lembaga pemerintah non kementerian, melakukan media monitoring dan menganalisis konten media terkait dengan kebijakan dan program pemerintah.

Dengan tugas Kemkominfo sebagai koordinator pengelola komunikasi publik agar konten informasi terkait program dan kebijakan pemerintah dapat terintegrasi dalam satu “frame” melalui narasi tunggal yang menggunakan data dan sudut pandang komunikasi yang sama, dan secara kelembagaan dapat mensinergikan informasi di pemerintah secara horizontal dan vertikal, serta dapat menjaring aspirasi masyarakat sebagai masukan kebijakan secara sinergis.

Sesuai amanat Inpres No. 9 Tahun 2015 tersebut, dalam hal ini Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik (Ditjen IKP)

memiliki peran terkait pengelolaan diseminasi, edukasi/literasi, klarifikasi, dan menyusun kontranarasi isu terkait kebijakan dan program pemerintah. Untuk menjawab hal tersebut, Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik dalam dokumen Rencana Strategis 2015-2019 menetapkan strategi melalui program Pengembangan Informasi dan Komunikasi Publik dengan sasaran meningkatnya Penyebaran, Pemerataan, dan Pemanfaatan Informasi Publik. Pada tahun 2019 ini fokus yang menjadi acuan dalam perjanjian kinerja untuk mencapai target strategis tersebut ialah dengan adanya peningkatan terhadap kepuasan masyarakat akan informasi publik terkait kebijakan dan program pemerintah. Koridor yang dijadikan acuan dalam fokus ini tak lain juga mengacu pada sasaran strategis dari Perjanjian Kinerja Kementerian Komunikasi dan Informatika yakni pada peningkatan terhadap kepuasan masyarakat akan informasi publik terkait kebijakan dan program prioritas pemerintah.

A. Struktur Organisasi



Gambar 1. Struktur Organisasi Ditjen IKP

B. Kedudukan dan Fungsi

Sesuai dengan Permenkominfo No 6 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Kominfo, Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik memiliki tugas dalam menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik. Dalam melaksanakan tugasnya, Ditjen IKP memiliki fungsi :

- 1) perumusan kebijakan di bidang pengelolaan dan penyebaran informasi publik, peningkatan peran media publik, serta pengembangan lembaga informasi dan kehumasan pemerintah;
- 2) pelaksanaan kebijakan di bidang pengelolaan dan penyebaran informasi publik, peningkatan peran media publik, serta pengembangan lembaga informasi dan kehumasan pemerintah;
- 3) penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang pengelolaan dan penyebaran informasi *public*;
- 4) peningkatan peran media publik, serta pengembangan lembaga informasi dan kehumasan pemerintah;
- 5) pelaksanaan pemberian bimbingan teknis dan *supervise* di bidang

- pengelolaan dan penyebaran informasi publik, peningkatan peran media publik, serta pengembangan lembaga informasi dan kehumasan pemerintah;
- 6) pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang pengelolaan dan penyebaran informasi publik, peningkatan peran media publik, serta pengembangan lembaga informasi dan kehumasan pemerintah;
- 7) pelaksanaan administrasi Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik; dan
- 8) pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Menteri.

C. Sumber Daya Manusia

Dalam menjalankan fungsi dan tugasnya, Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik memiliki sumber daya manusia yang memiliki kompetensi disetiap bidang tugas dan tanggung jawabnya. Pada tahun 2019 ini, total ada 263 pegawai yang terdiri dari 1 orang Eselon I, 5 orang Eselon II, 17 orang Eselon III, 46 orang Eselon IV, serta 295 orang karyawan yang tergabung dari jabatan pelaksana dan fungsional.

No.	Unit Kerja	Jabatan							Jumlah
		Pimpinan Tinggi		Administrasi			Fungsional		
		I	II	III	IV	Pelaksana	Ahli	Terampil	
1.	Direktorat Jenderal IKP	1	-	-	-	-	-	-	1
2.	Sekretariat Ditjen IKP	-	1	3	10	27	3	-	44

3.	Direktorat Tata Kelola dan Kemitraan Komunikasi Publik	-	1	3	8	18	8	-	38
4.	Direktorat Informasi dan Komunnikasi Polhukam	-	1	2	8	19	2	-	32
5.	Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim	-	1	3	7	21	6	2	40
6.	Direktorat Informasi dan Komunikasi Pembangunan Manusia dan Kebudayaan	-	1	3	5	23	3	-	35
7.	Direktorat Pengelolaan Media	-	-	1	1	16	12	3	33
8.	UPT Museum Penerangan TMII	-	-	1	3	11	4	-	19
9.	UPT Monumen Pers-Surakarta	-	-	1	3	12	4	1	21
Jumlah		1	5	17	45	147	42	6	263

Tabel 1. SDM Ditjen IKP berdasarkan Jabatan

NO	SATUAN KERJA	JUMLAH PEGAWAI	STRUKTURAL	FUNGSIONAL	PELAKSANA
1	Setditjen IKP	45	15	3	27
2	Dit. Tata Kelola dan Kemitraan KP	38	12	8	18
3	Dit. Informasi & Komunikasi Polhukam	32	11	2	19
4	Dit. Informasi & Komunikasi Perekonomian dan Maritim	40	11	8	21
5	Dit. Informasi dan Komunikasi PMK	35	9	3	23
6	Dit. Pengelolaan Media	33	2	15	16
7	Museum Penerangan	19	4	4	11
8	Monumen Pers Nasional Surakarta	21	4	5	12
Jumlah		263	64	54	145

Tabel 2. Jumlah SDM berdasarkan unit kerja di Lingkungan Ditjen IKP

BAB 2

PERENCANAAN

KINERJA



BAB II PERENCANAAN KINERJA

Dalam hal mencapai target yang menjadi sasaran atas tugas dan fungsi yang diemban oleh Ditjen IKP, maka dibuatlah sistem perencanaan yang diharapkan dapat menjadi acuan guna mencapai hal yang diharapkan. Rencana yang dituangkan dalam dokumen perencanaan tidak terlepas dari sasaran yang dijadikan target oleh pemerintah. Mengacu kepada UU No 17. Tahun 2017 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) tahun 2005-2025 menetapkan

bahwa visi pembangunan nasional adalah untuk mewujudkan **INDONESIA YANG MANDIRI, MAJU, ADIL DAN MAKMUR.**



Gambar 2. Skema RPJPN 2005-2025

Sumber : Bappenas

Perencanaan jangka panjang tersebut merupakan acuan yang menjadi basis arah Rencana Strategis (Renstra) Kementerian Kominfo pada 2015-2019. Kontribusi yang dilakukan oleh Ditjen IKP dalam mendukung tercapaian sasaran strategis tersebut ialah dengan meningkatkan kepuasan masyarakat terhadap informasi publik terkait kebijakan dan program prioritas pemerintah.

Sasaran Strategis 3: Peningkatan Kepuasan Masyarakat Terhadap Informasi Publik Terkait Kebijakan dan Program Prioritas Pemerintah

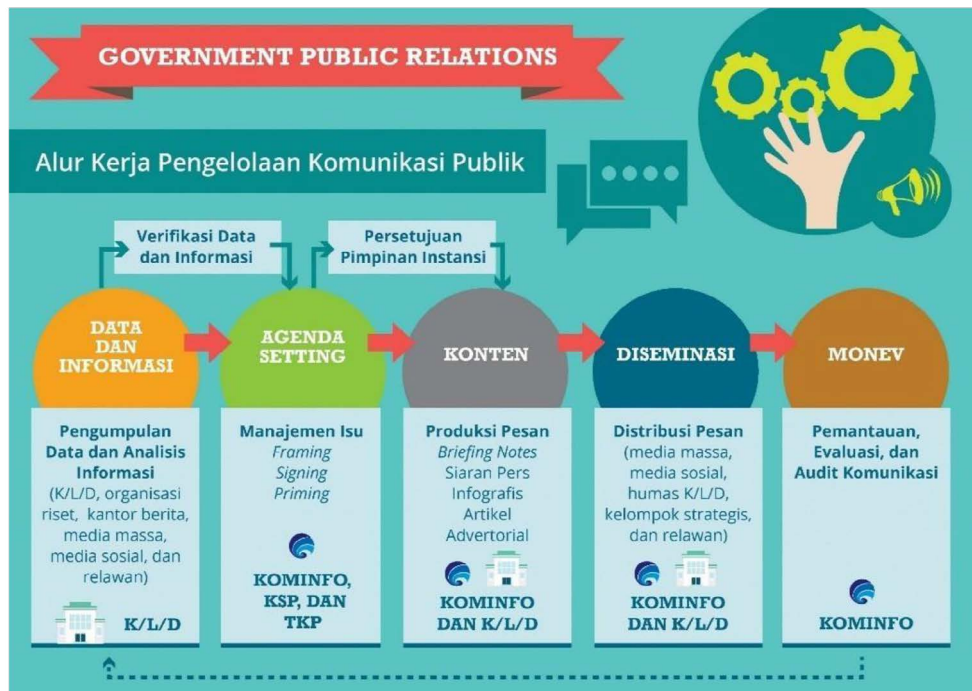
No.	Indikator Kinerja Sasaran Strategis	Satuan	2015		2016		2017		2018		2019		Capaian 2019 (%)
			Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi	Target	Realisasi	
SASARAN STRATEGIS 3													
Peningkatan Kepuasan Masyarakat Terhadap Informasi Publik Terkait Kebijakan dan Program Prioritas Pemerintah													
3.	Persentase (%) Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Informasi Publik Terkait Kebijakan dan Program Prioritas Pemerintah	%			60% (1-49% = Distrusters; 50-59% = Neutral; 60-100% = Trusters)	71% (1-49% = Distrusters; 50-59% = Neutral; 60-100% = Trusters)	50% (1-49% = distrusters; 50-59% = neutral; 60-100% = trusters)	73% (1-49% = distrusters; 50-59% = neutral; 60-100% = trusters)	60%	69,43%	≥70%	75	100

Tabel 3. Indikator Pencapaian Sasaran Strategis III

Sesuai dengan Pasal 28 F Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 menyatakan bahwa setiap warga negara berhak berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia. Diperkuat dengan Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, sudah menjadi kewajiban pemerintah sebagai yang diberi amanat rakyat sebagai pelaksana pembangunan untuk senantiasa memberikan informasi tentang rencana maupun hasil kerja pembangunan yang telah dilaksanakan oleh pemerintah beserta seluruh jajarannya. Melalui keterbukaan informasi publik, masyarakat dapat mengontrol setiap kebijakan yang dikeluarkan oleh badan publik, terutama pemerintah. Pemerintahpun dengan mudah mengkomunikasikan kebijakannya agar dapat

terlaksana dengan baik dengan membuka sebesar-besarnya partisipasi publik lewat keterbukaan informasi publik. Keterbukaan informasi publik pada akhirnya menjadi jaminan bagi terselenggaranya tata kelola pemerintahan yang baik.

Dalam rangka percepatan diseminasi informasi publik telah terbit Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Disebutkan bahwa untuk menunjang kecepatan penyampaian informasi tentang kebijakan dan program pemerintah, Kementerian Komunikasi dan Informatika memiliki tugas untuk membuat narasi tunggal yang kemudian disebarluaskan ke publik oleh instansi-instansi pemerintah melalui beragam saluran komunikasi yang mereka miliki. Secara singkat Kemkominfo bertindak sebagai dirigen humas pemerintah (*Government Public Relation*) dalam rangka penyebaran informasi publik program-program pemerintah.



Gambar 3. Alur Kerja Government Public Relation

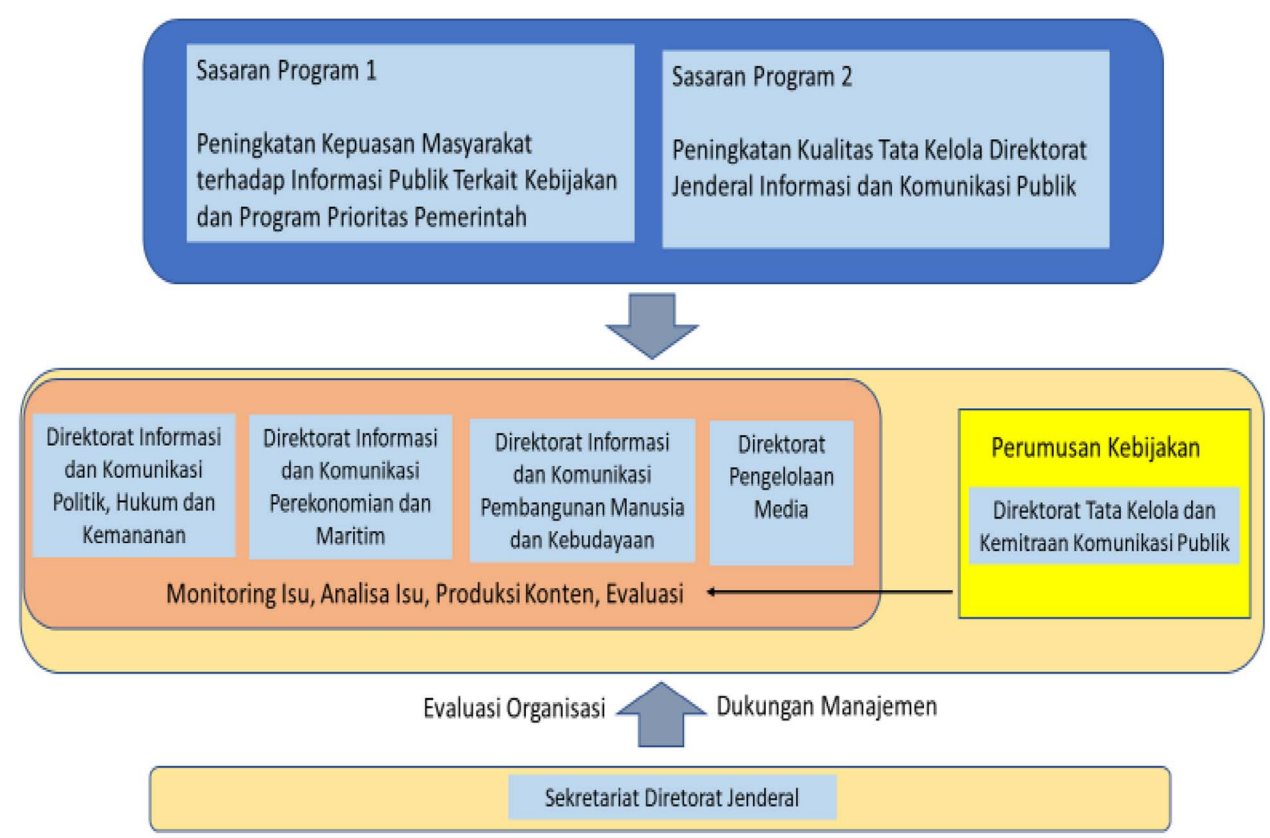
Dalam menjalankan fungsi Government Public Relation Kemkominfo, Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik selama tahun 2019 telah melaksanakan diseminasi program prioritas pemerintah kepada masyarakat melalui berbagai kanal informasi baik *below the line*, *through the line* dan *above the line*. Selain itu Ditjen IKP dalam melaksanakan diseminasi informasi juga menggandeng berbagai mitra strategis seperti kelompok informasi masyarakat, penyuluh agama, Lembaga keagamaan, universitas maupun organisasi masyarakat lainnya. Selama tahun 2019 Ditjen IKP telah melaksanakan kegiatan diseminasi sebanyak sebagai berikut:

Kegiatan	Vol	Jangkauan Audiens	Keterangan
Placement Media	66	11.000.000	Data Nielsen jumlah penonton TV di 11 Kota Besar
Forum Sosialisasi/Seminar/Pertunra	325	715.000	
Bimtek	47	9.400	
Digital Campaign	12 Bulan	140.000.000	Jangkauan
		3.500.000	Engagement

Tabel 4. Volume Kegiatan Sosialisasi Ditjen IKP 2019

Pelaksanaan pengelolaan informasi publik ini tentunya perlu diukur untuk mengetahui sejauh mana capaian pelaksanaan tersebut. Pengukuran pelaksanaan pengelolaan informasi publik ini pun menjadi salah satu indikator kinerja Kementerian

Komunikasi dan Informatika yang dapat diukur dengan melihat akses informasi publik, kualitas informasi publik, dan kepuasan masyarakat terhadap akses dan kualitas informasi publik tersebut. Pengukuran tahun 2019 dilaksanakan melalui survei persepsi bekerja sama dengan Markplus.Inc. Ruang lingkup survei adalah untuk mengukur ketersediaan akses dan kualitas informasi publik, serta kepuasan masyarakat terhadap akses dan kualitas informasi publik terkait kebijakan dan program pemerintah.



Gambar 4. Proses Pencapaian Kinerja Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik

BAB 3

AKUNTABILITAS



A. Capaian Unit Kerja Eselon I

Dalam rangka mengetahui keberhasilan capaian dan kegagalan atas pelaksanaan target organisasi perlu dilakukan analisis terhadap capaian kinerja organisasi sebagai tolak ukur guna dapat dijadikan acuan pada periode selanjutnya. Pengukuran dilihat dari capaian hasil dibandingkan dengan target awal yang telah ditetapkan. Dalam hal ini, acuan yang dijadikan sebagai target merupakan dokumen perjanjian kinerja yang didalamnya memuat sasaran program dan indikator kinerja program dalam satu tahun. Indikator kinerja sebagai alat ukur dari keberhasilan sasaran program bersifat kuantitatif/kualitatif agar dapat menggambarkan tingkat pencapaian melalui metodologi yang dapat diukur.

Di tahun 2019, Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik memiliki 2 (dua) sasaran program yang mendukung rencana strategis dari Kementerian Kominfo. Pertama ialah, peningkatan kepuasan masyarakat terhadap

informasi publik terkait dengan kebijakan dan program prioritas nasional. Sasaran program tersebut memiliki 2 indikator sebagai alat ukur yakni 1) Presentase Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Akses Informasi Publik Terkait Kebijakan dan Program Prioritas Pemerintah dengan target >70% dan; 2) Presentase (%) Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Informasi Publik Terkait Kebijakan dan Program Prioritas Pemerintah. Dalam mengukur ketercapaian kinerja pada sasaran program pertama ini digunakan alat ukur yakni survei publik. Dua indikator tersebut dapat tergambarkan melalui adanya survei yang dilakukan kepada masyarakat. Sementara itu sasaran program kedua yakni peningkatan kualitas tata kelola Ditjen IKP merupakan sasaran generik yang ditetapkan bersama dalam rangka mendukung akuntabilitas organisasi dan pelaksanaan reformasi birokrasi yang capaian targetnya diukur melalui instrumen-instrumen yang telah ada.

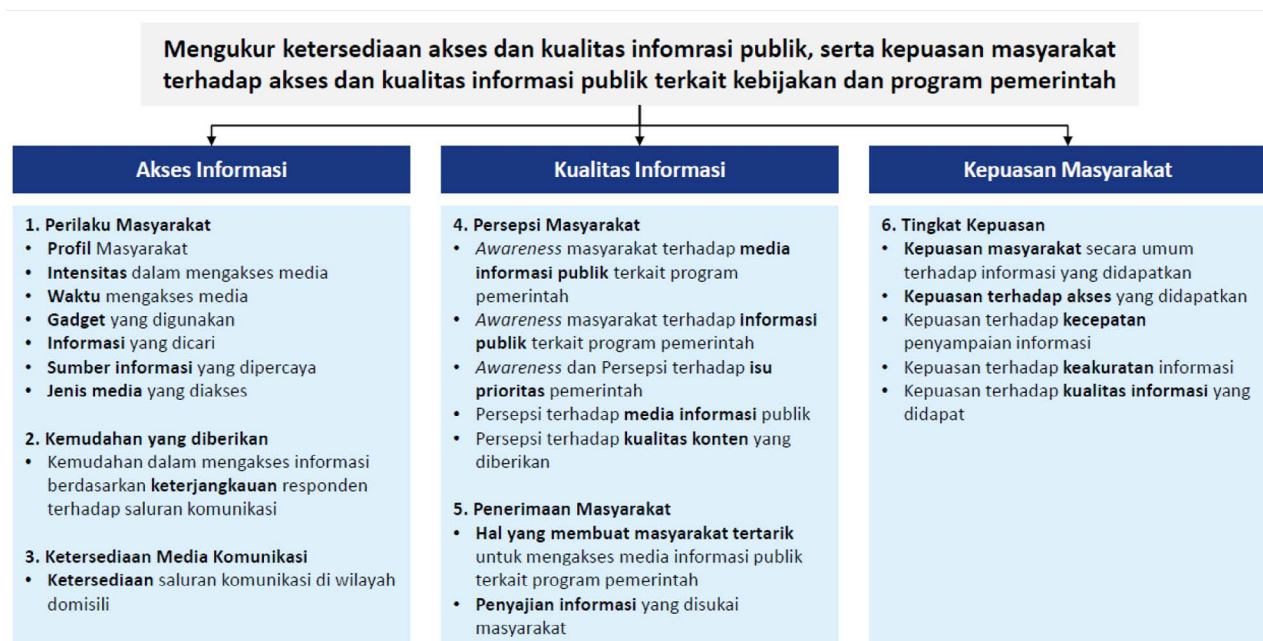
No	Sasaran Program	Indikator Kinerja Sasaran Program	Target 2019
(1)	(2)	(3)	(4)
1	Peningkatan Kepuasan Masyarakat Terhadap Informasi Publik Terkait Kebijakan dan Program Prioritas Pemerintah	1. Presentase (%) Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Akses Informasi Publik Terkait Kebijakan dan Program Pemerintah	70%
		2. Presentase (%) Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Informasi Publik Terkait Kebijakan dan Program Pemerintah	70%
2	Peningkatan Kualitas Tata Kelola Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik	1. Nilai Reformasi Birokrasi (RB) Ditjen IKP Tahun 2019	76
		2. Nilai Akuntabilitas Kinerja (AKIP) Ditjen IKP Tahun 2019	67

	3. Presentase (%) Batas Tertinggi Temuan Realisasi Anggaran Ditjen IKP Tahun 2019 Berdasarkan Hasil Pengawasan BPK dan Itjen	1%
	4. Presentase (%) Penyelesaian Tindak Lanjut Hasil Pemeriksaan BPK di Lingkungan Ditjen IKP Berdasarkan Hasil Pemantauan Tindak Lanjut oleh BPK dan Itjen	a. Thn Berjalan : 80% b. Thn Sebelumnya : 40%
	5. Nilai Kinerja Pelaksanaan Anggaran Ditjen IKP Tahun 2019	> 94

Tabel 5. Perjanjian Kinerja Ditjen IKP TA 2019

Pelaksanaan pengelolaan komunikasi dan informasi publik tentunya perlu diukur untuk mengetahui sejauh mana capaian pelaksanaan tersebut. Pengukuran keberhasilan pelaksanaan pengelolaan komunikasi dan informasi publik ini yang juga menjadi salah satu indikator kinerja Kementerian Komunikasi dan Informatika, diukur dengan melihat persepsi publik atas akses informasi publik, kualitas

informasi publik, dan kepuasan terhadap akses dan kualitas informasi publik tersebut. Pengukuran tahun 2019 dilaksanakan melalui survei persepsi bekerja sama dengan Markplus. Inc. Ruang lingkup survei adalah untuk mengukur ketersediaan akses dan kualitas informasi publik, serta kepuasan masyarakat terhadap akses dan kualitas informasi publik terkait kebijakan dan program pemerintah.



Gambar 5. Ruang Lingkup Survei Persepsi Publik

Adapun informasi publik yang diangkat dalam penelitian ini berasal dari hasil focus group discussion dengan beberapa stakeholder yang merupakan irisan dari informasi program pemerintah yang di diseminasikan oleh Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik (Dirjen IKP) dan juga termasuk dalam prioritas nasional, yaitu:

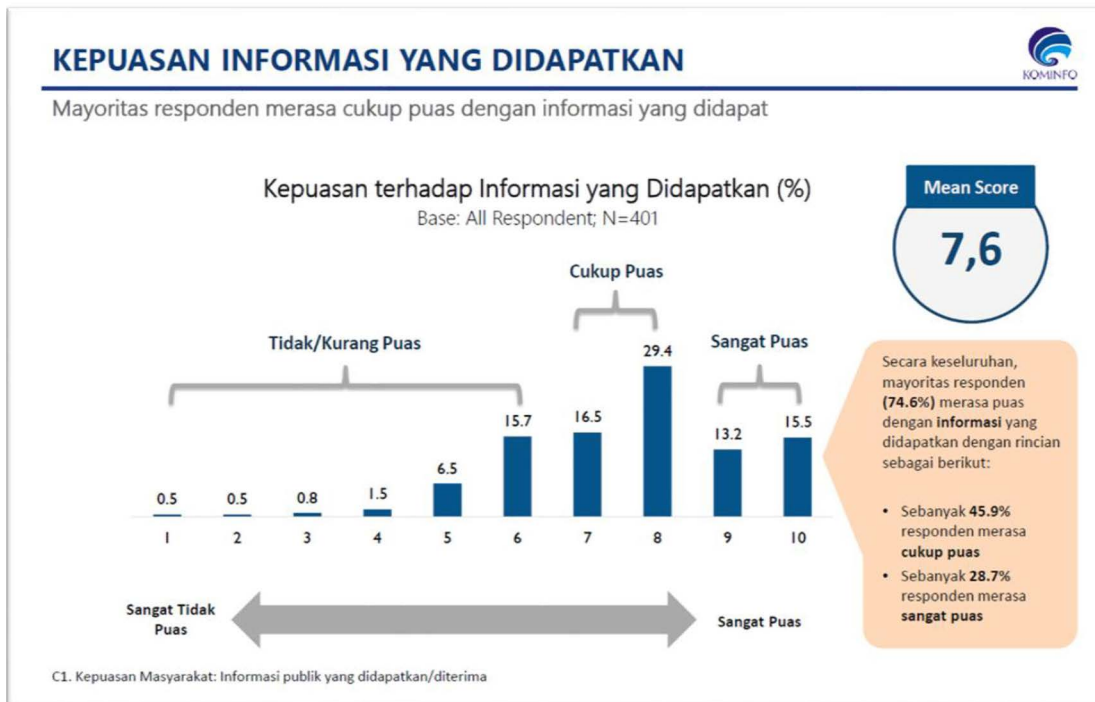
1. Pemilu Serentak 2019;
2. Jaminan Kesehatan Nasional;
3. Pencegahan Stunting;
4. Bantuan Pangan Non Tunai;
5. Literasi Media: Cegah Hoaks;
6. Nilai-nilai Pancasila;
7. Ekonomi Digital

Jumlah sampling sebanyak 401 panel Markplus.Inc di 13 Kota di Indonesia yang dianggap mewakili seluruh masyarakat. Penetapan sampling berdasarkan teori Central Limit Theorem dimana distribusi sampling mendekati distribusi normal ketika ukuran sampel semakin besar. Apabila jumlah sampel mencukupi ($n \geq 30$ responden), maka distribusi sampel dapat dianggap memenuhi distribusi normal. Penambahan jumlah responden lebih banyak tidak akan mempengaruhi hasil secara signifikan.

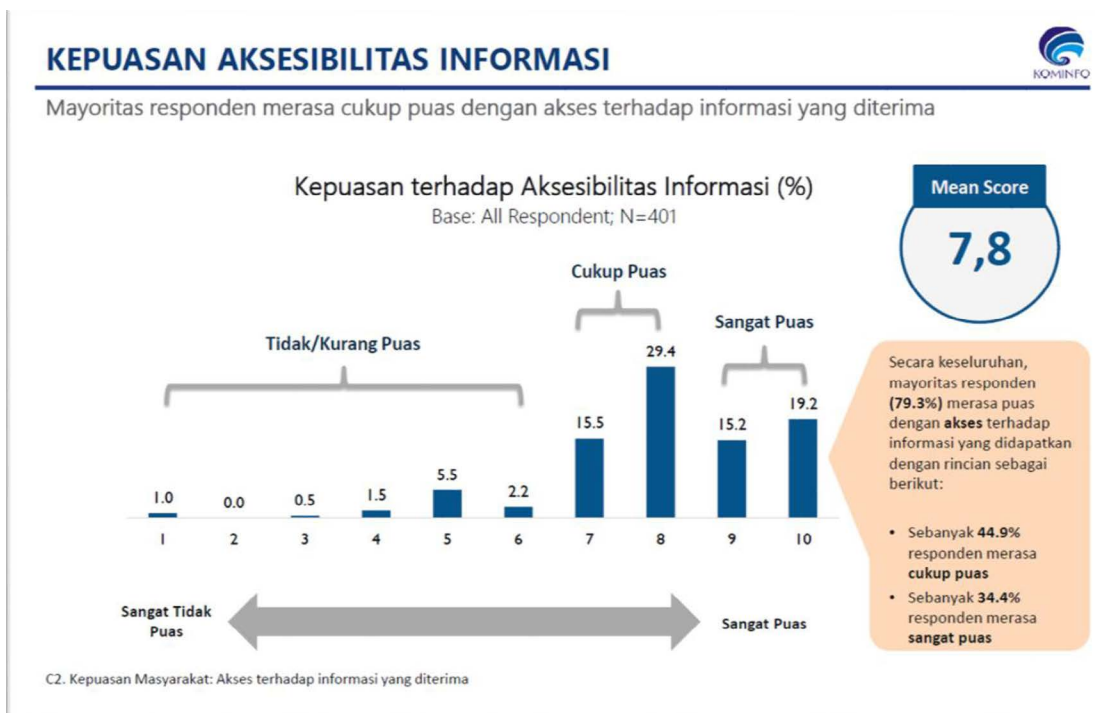
Untuk dimensi kepuasan masyarakat, penelitian ini melihat apakah ekspektasi masyarakat terhadap akses yang tersedia dan kualitas informasi yang mereka terima sudah sesuai atau belum memenuhi ekspektasi mereka. Terdapat 5 aspek yang dilihat dari masing-masing media, yaitu aspek informasi yang didapat, aksesnya, kecepatan penyampaian, keakuratan dan kualitas konten

informasi. Masing-masing responden memiliki persepsi yang berbeda terkait akses dan kualitas informasi berdasarkan media yang mereka gunakan. Untuk media massa konvensional (televisi, surat kabar, dan radio) mayoritas responden yang mendapatkan informasi publik dari media tersebut cenderung puas akan ketersediaan dan keakuratan terhadap informasi program prioritas pemerintah di media massa konvensional. Sedangkan untuk media komunikasi interpersonal (sms, chatting platform dan sosial media), responden yang menerima informasi dari media tersebut mayoritas cenderung puas akan kemudahan akses/ketersediaan informasi di media komunikasi interpersonal. Untuk media tradisional seperti pertunjukkan rakyat, mendapatkan nilai paling kecil untuk ketersediaan/kemudahan akses informasi pada masyarakat.

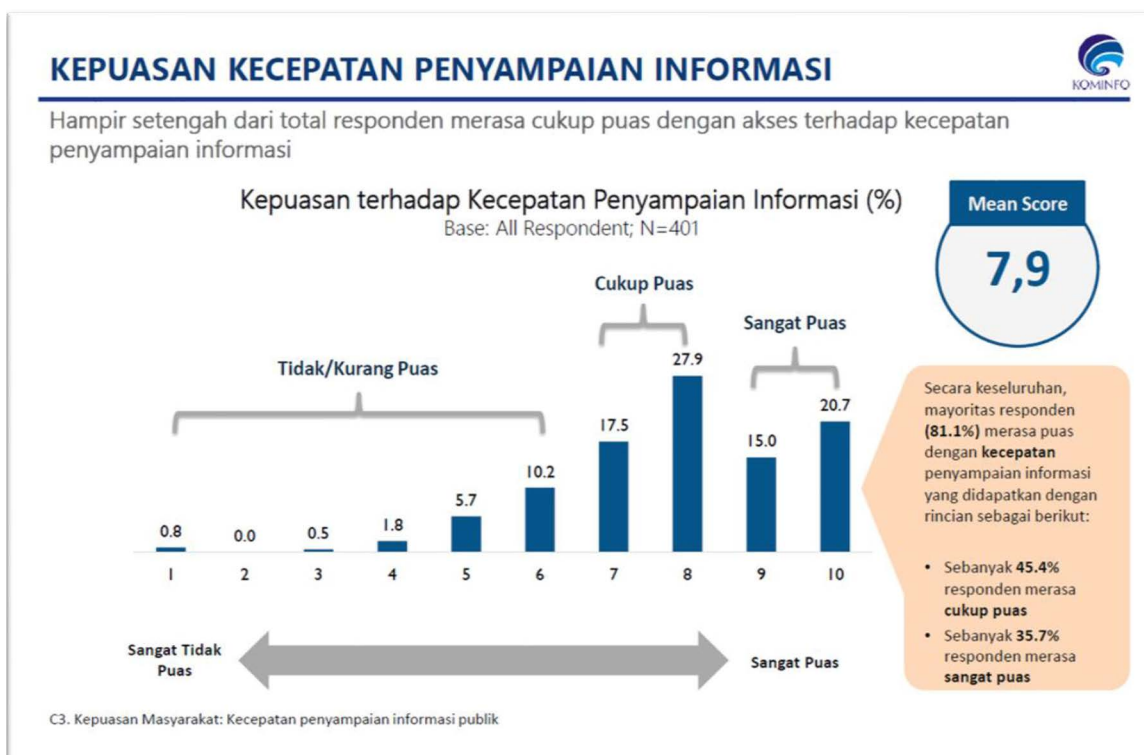
Berdasarkan hasil perhitungan skor keseluruhan parameter aspek kepuasan masyarakat diperoleh hasil **75%** yang menunjukkan hasil nilai indikator akses dan kualitas informasi publik di dalam survei ini. Detail skor masing-masing aspek kepuasan adalah sebagai berikut:



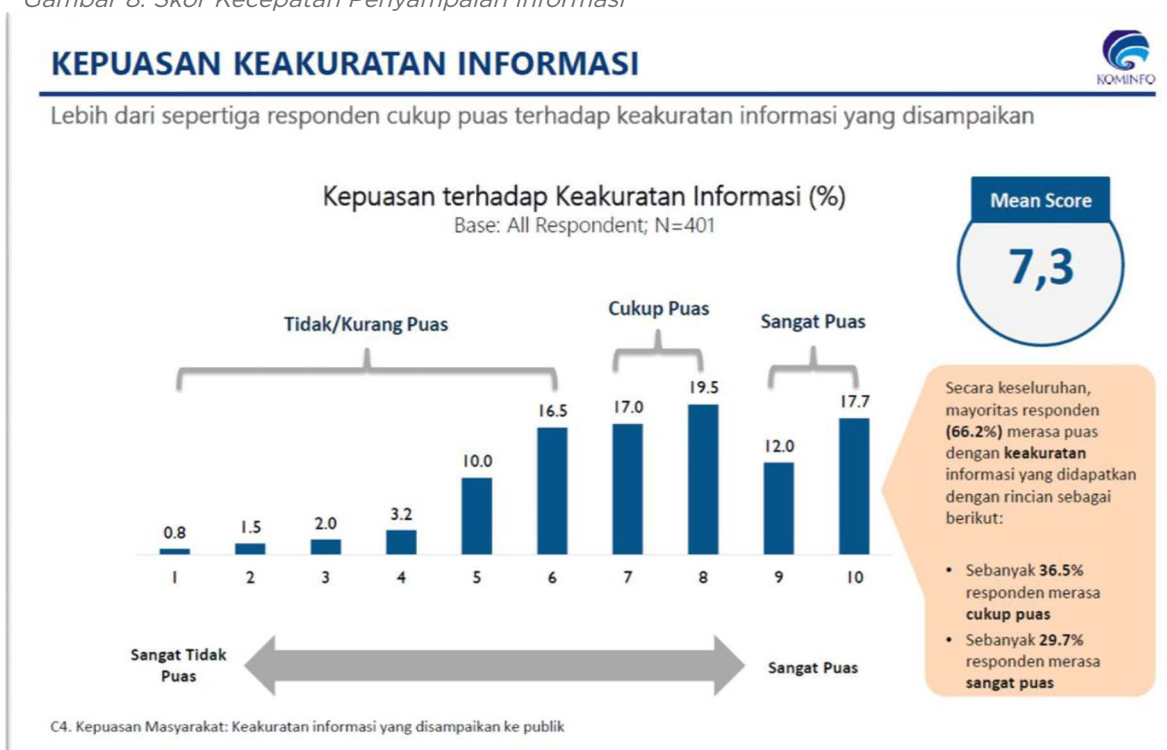
Gambar 6. Skor Aspek Informasi Publik Yang Didapatkan



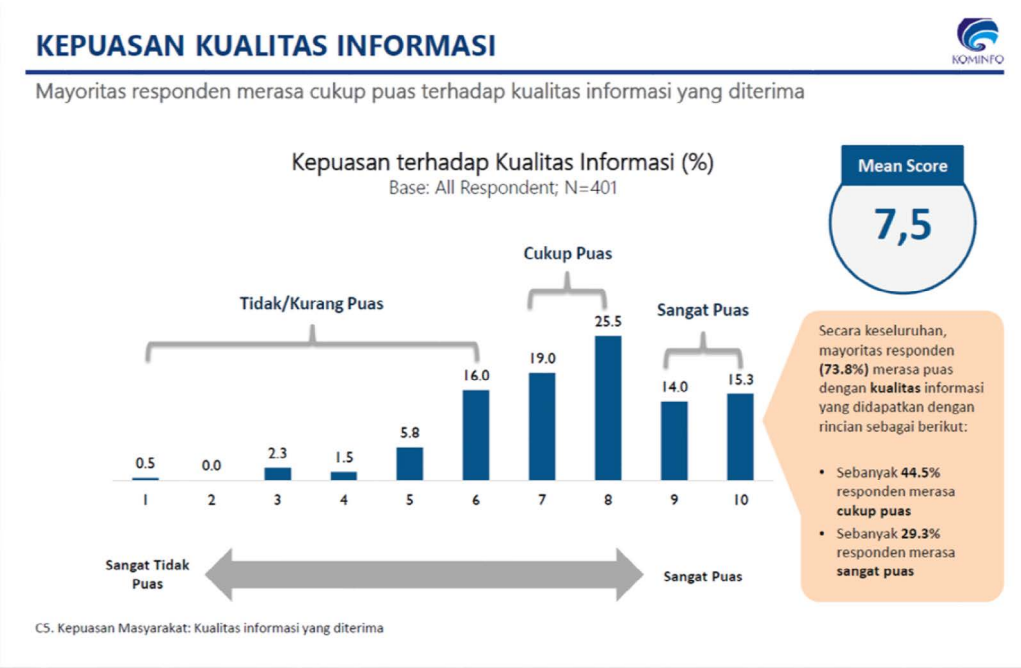
Gambar 7. Skor Akses Terhadap Informasi



Gambar 8. Skor Kecepatan Penyampaian Informasi



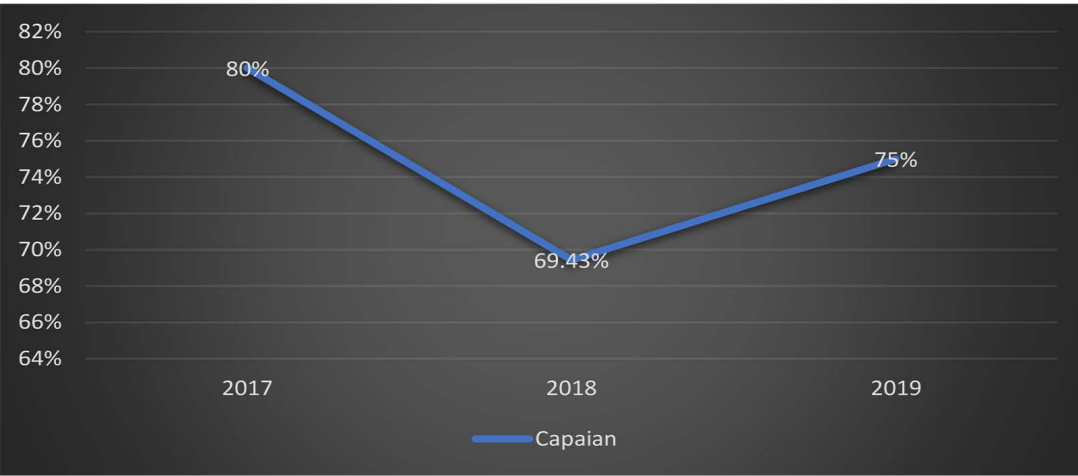
Gambar 9. Skor Keakuratan Informasi



Gambar 10. Skor Kualitas Informasi

No	Variabel	Skor (%)
1	Kepuasan Terhadap Informasi Yang Didapatkan	74,6
2	Kepuasan Terhadap Akses Informasi	79,3
3	Kepuasan Terhadap Kecepatan Penyampaian Informasi	81,1
4	Kepuasan Terhadap Keakuratan Informasi	66,2
5	Kepuasan Terhadap Kualitas Informasi	73,8
	Mean	75

Tabel 6. Penilaian Hasil Survei Akses dan Kualitas Informasi Publik Terkait Isu Prioritas Nasional

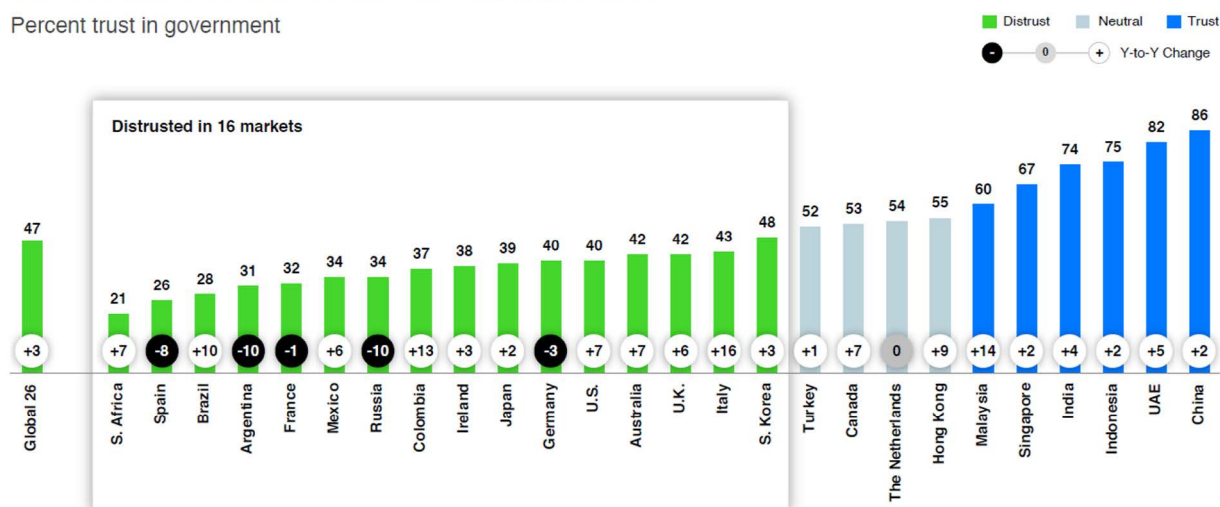


Gambar 11. Tren Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Informasi Publik Terkait Kebijakan dan Program Prioritas Pemerintah

Adanya tingkat kepuasan terhadap kualitas serta akses informasi terkait program prioritas pemerintah berbanding lurus dengan tingkat kepercayaan publik terhadap pemerintah. Mengacu pada survei yang dilakukan oleh Edelman Trust Barometer 2019 tingkat kepercayaan publik terhadap pemerintah Indonesia naik sebesar 2 poin menjadi 75%.

TRUST IN GOVERNMENT INCREASES IN 20 OF 26 MARKETS

Percent trust in government





2019 Edelman Trust Barometer, TRU_INS, [GOVERNMENT IN GENERAL] Below is a list of institutions. For each one, please indicate how much you trust that institution to do what is right using a nine-point scale where one means that you "do not trust them at all" and nine means that you "trust them a great deal." 9-point scale; top 4 box, trust. General population, 26-market average.

Edelman | 40

Gambar 12. Tren Kepercayaan Publik Terhadap Pemerintah di Indonesia
(Sumber: Edelman Trust Barometer 2019)

Capaian Kinerja Eselon I Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik TA 2019					
No	Indikator Kinerja Sasaran Program	Target 2019	Capaian Kinerja	Presentase Capaian	Status
1	Presentase (%) Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Akses Informasi Publik Terkait Kebijakan dan Program Pemerintah	70%	79,3%	100	
2	Presentase (%) Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Informasi Publik Terkait Kebijakan dan Program Pemerintah	70%	73,8	100	
3	1. Nilai Reformasi Birokrasi (RB) Ditjen IKP Tahun 2019	> 76	Nilai Pengungkit Ditjen IKP pada Kemekominfo	100	

			sebesar 21,56% atau sebesar 91,82% dari nilai maksimal komponen pengungkit yakni 23,5%		
4	2. Nilai Akuntabilitas Kinerja (AKIP) Ditjen IKP Tahun 2019	> 67	(Masih menunggu hasil rivi)	-	
5	3. Presentase (%) Batas Tertinggi Temuan Realisasi Anggaran Ditjen IKP Tahun 2019 Berdasarkan Hasil Pengawasan BPK dan Itjen	1%	(Masih menunggu hasil rivi)	-	
6	4. Presentase (%) Penyelesaian Tindak Lanjut Hasil Pemeriksaan BPK di Lingkungan Ditjen IKP Berdasarkan Hasil Pemantauan Tindak Lanjut oleh BPK dan Itjen	a. Thn Berjalan : 80% b. Thn Sebelumnya : 40%	a. (Masih menunggu hasil rivi) b. 100%		
7	5. Nilai Kinerja Pelaksanaan Anggaran Ditjen IKP Tahun 2019	> 94	91	96,8%	

Tabel 7. Capaian Kinerja Eselon I Ditjen IKP

B. Capaian Unit Kerja Eselon II

B.1. Direktorat Tata Kelola Kemitraan Dan Komunikasi Publik

Direktorat Tata Kelola dan Kemitraan Komunikasi Publik, sebagai bagian dari Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika, mempunyai tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang tata kelola dan kemitraan komunikasi publik, serta pembinaan jabatan fungsional bidang komunikasi publik. Kinerjanya

difokuskan kepada perwujudan tata kelola sistem komunikasi di Indonesia, pelaksanaan kebijakan komunikasi, dan peningkatan kompetensi lembaga maupun aparatur pelayanan komunikasi dan informasi.

Secara umum capaian kinerja Direktorat Tata Kelola dan Kemitraan Komunikasi Publik tahun 2019 dapat disimpulkan mencapai target dengan rincian sebagai berikut:

No	Sasaran	Indikator Kinerja Kegiatan	Target	Capaian Kinerja
1	Peningkatan Kepatuhan Pelaksanaan Narasi Tunggal oleh Kementerian dan Lembaga	Persentase Kepatuhan Pelaksanaan Penyebaran Narasi Tunggal di K/L	70%	50 K/L yang menyebarkan Narasi Tunggal baik dalam bentuk teks, infografis, maupun video yang diolah Ditjen IKP, melalui akun media sosial dan GPR Widget
2	Terselenggaranya Diseminasi Program Prioritas Nasional oleh Pemerintah Provinsi/Kabupaten/Kota	Persentase Pemerintah Provinsi/Kabupaten/Kota yang Melaksanakan Diseminasi Program Prioritas Nasional	65%	406 Pemda yang mendiseminasikan informasi program prioritas melalui GPR widget
		Jumlah kecamatan yang memperoleh	332 Kecamatan	536 Kecamatan (oleh 351 PIP)

		informasi program prioritas pemerintah melalui Petugas Informasi Publik (PIP)	an (oleh 351 PIP)		
3	Terselenggaraanya Pembinaan SDM dan Lembaga untuk Pelaksanaan Kebijakan Komunikasi Nasional	Persentase (%) SDM Jabatan Fungsional Pranata Humas yang melaksanakan tugas di bidang pelayanan informasi dan kehumasan, sesuai peraturan yang berlaku	60%	Peningkatan kapasitas dan kapabilitas SDM Pranata humas melalui bimbingan teknis. Selama tahun 2019 telah dilaksanakan bimtek pranata humas dengan jumlah peserta sebanyak 300 orang atau 51,57% dari total jumlah.	51,57%
		Persentase (%) PPID yang meningkat kepatuhannya melaksanakan fungsi sesuai UU KIP.	20% dari 593 total PPID di Badan Publik	Dicapai melalui kegiatan bimbingan teknis PPID. Di tahun 2019 telah dilaksanakan 4 kali bimtek di Palembang, Labuan Bajo, Bali dan Makassar dengan jumlah peserta 328 PPID atau 55 % dari total.	55%
		Persentase (%) SDM Pemerintah Daerah bidang Komunikasi yang berkinerja baik dalam sub urusan informasi dan komunikasi publik	60%	Sebagai tindak lanjut pelaksanaan UU 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah khususnya dalam penyelenggaraan urusan pemerintahan konkuren, maka pada tahun 2019 telah disusun Permenkominfo No 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Urusan Pemerintah Konkuren Bidang Komunikasi dan Informatika. Dari hasil evaluasi yang dilakukan melalui kuesioner online, hanya 17 provinsi atau 50% dari total provinsi di Indonesia yang telah melaksanakan seluruh kriteria penyelenggaraan urusan pemerintah sub urusan bidang Informasi dan Komunikasi Publik.	50%

4	Tersedianya Kerangka Komunikasi Publik Nasional	Kerangka Komunikasi Publik Nasional	1 Dok Kerangka Komunikasi Publik Nasional	1 Dok Kerangka Komunikasi Publik Nasional	1 Dok
5	Peningkatan Pemahaman Masyarakat Tentang Kebijakan Komunikasi Publik	Persentase (%) Peningkatan akses informasi publik oleh masyarakat melalui PPID	50% (dari 10 PPID Provinsi)	50% (dari 10 PPID Provinsi)	50 %

Tabel 8. Capaian Perjanjian Kinerja Direktorat Tata Kelola dan Kemitraan Komunikasi Publik Tahun 2019



Gambar 13. Petugas Informasi Publik (PIP) di Kota Manokwari melaksanakan sosialisasi program pemerintah di komunitas agama setempat. Program PIP dilaksanakan dalam rangka pemerataan informasi di seluruh wilayah Indonesia.

B.2. Direktorat Informasi dan Komunikasi Politik, Hukum, dan Keamanan

Sebagai salah satu Unit kerja di bawah Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik (Ditjen IKP), Penetapan Kinerja Direktorat Informasi dan Komunikasi Polhukam untuk Tahun Anggaran 2019 didasarkan pada Perjanjian Kinerja Ditjen IKP, Kementerian Kominfo. Hal ini juga diselaraskan dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah

(RPJMN) 2015-2019 dan Rencana Strategis 2015-2019. Direktorat Informasi dan Komunikasi Polhukam sesuai dengan Permenkominfo Nomor 6 Tahun 2018 mempunyai tugas adalah melaksanakan pelaksanaan kebijakan, pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang informasi dan komunikasi politik, hukum dan keamanan.

Seluruh target dalam perjanjian kinerja Direktorat Informasi dan Komunikasi Polhukam tahun anggaran 2019 mampu dicapai, dengan rincian sebagai berikut:

No	Sasaran	Indikator Kinerja Kegiatan	Target	Capaian Kinerja	%
1	<i>Terselenggaranya Konten Bidang Polhukam yang sesuai dengan rekomendasi analisis isu</i>	Jumlah Konten yang sesuai dengan rekomendasi analisis isu.	480	7796 Konten	100%
2	<i>Peningkatan Pengetahuan Masyarakat atas Program Prioritas dan Kebijakan Pemerintah</i>	Persentase masyarakat sasaran kegiatan yang mengetahui program dan kebijakan pemerintah di bidang Polhukam melalui media cetak, media elektronik dan media luar ruang,	80%	95% masyarakat sasaran kegiatan yang mengetahui program dan kebijakan pemerintah di bidang Polhukam melalui media cetak, media elektronik dan media luar ruang, Diukur melalui random sampling survey persepsi ke penerima konten sosialisasi oleh Direktorat IK Polhukam.	100%
3	<i>Peningkatan Pengetahuan Masyarakat atas Program</i>	<i>Persentase masyarakat sasaran kegiatan yang mengetahui</i>	80%	96,5 % masyarakat sasaran kegiatan yang mengetahui program dan kebijakan pemerintah di bidang Polhukam melalui media tatap muka	100%

	<i>Prioritas dan Kebijakan Pemerintah</i>	<i>program dan kebijakan pemerintah di bidang Polhukam melalui media tatap muka dan pertunjukan rakyat</i>		dan pertunjukan rakyat. Diukur melalui random sampling survey persepsi ke penerima konten sosialisasi oleh Direktorat IK Polhukam.	
4	<i>Peningkatan Pengetahuan Masyarakat atas Program Prioritas dan Kebijakan Pemerintah</i>	<i>Jumlah Jangkauan (reach/impressions) masyarakat (netizen) tentang informasi program prioritas pemerintah bidang Polhukam melalui internet.</i>	3 Juta	45.144.655 (<i>Jangkauan (reach/impressions)</i>)	100%
5	<i>Peningkatan Pengetahuan Masyarakat atas Program Prioritas dan Kebijakan Pemerintah</i>	<i>Jumlah keterlibatan (engagement - like,coment-) masyarakat (netizen) tentang informasi program prioritas pemerintah bidang Polhukam melalui internet.</i>	30.000	32,486 (<i>engagement -like,coment-</i>)	100%
6	<i>Terselenggaranya sosialisasi Pemilu Serentak 2019</i>	<i>Presentase (%) Masyarakat yang menjadi sasaran penyebaran informasi mengetahui kebijakan dan program pemerintah tentang Pemilu Serentak 2019</i>	77%	89 % Masyarakat yang menjadi sasaran penyebaran informasi mengetahui kebijakan dan program pemerintah tentang Pemilu Serentak 2019. Diukur melalui random sampling survey persepsi peserta kegiatan sosialisasi oleh Direktorat IK Polhukam.	100%

Tabel 9. Capaian Perjanjian Kinerja Direktorat IK Polhukam Tahun 2019

Capaian Khusus: Dukungan Sosialisasi Pemilihan Umum Serentak 2019

Tahun 2019 merupakan tahun bersejarah bagi bangsa Indonesia. Untuk pertama kalinya Indonesia melaksanakan pemilu serentak pada tanggal 17 April 2019. Dalam rangka ikut mendukung suksesnya gelaran akbar tersebut, Ditjen IKP dalam menjalankan perannya sebagai humas pemerintah turut serta melaksanakan literasi dan sosialisasi berbagai tema terkait pemilu serentak baik sebelum maupun sesudah 17 April 2019.

Pelaksanaan sosialisasi pemilu serentak yang dilakukan oleh Direktorat I.K. Polhukam sepanjang tahun anggaran 2019 dilakukan dalam berbagai jenis kegiatan, antara lain: Forum sosialisasi, dialog interaktif di televisi dan radio, pertunjukan rakyat, focus group discussion, rapat koordinasi, pameran, produksi konten, produksi dan penayangan Public Service Announcement (PSA), serta produksi konten Pemilu 2019 yang didiseminasikan melalui akun media sosial @DJIKP maupun @terasnegeriku. Adapun rincian kegiatan dapat dilihat pada tabel berikut:

No.	Bentuk Kegiatan	Nama Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Lokasi	Jumlah Peserta	Narasumber
1	Forum Sosialisasi	Forum Sosialisasi Pemilu "Menjadi Pemilih Cerdas"	24 Januari	SMA Negeri 2 Bandung	350 Orang	Ketua KPUD Jawa Barat - Rifqi Ali Mubarak; SAM Kominfo Bidang Komunikasi dan Media Massa - Drs. Gun Gun Siswadi; Kepala SMAN 2 Bandung - Drs. Yanyan Supriyatna S.Pd.; Ketua Ikatan Alumni SMAN 2 Bandung - Yayat
		Forum Sosialisasi Pemilu "Generasi Milenial yang Cerdas Bermedia dan Berdaulat sebagai Pemilih"	18 Januari	Yogyakarta	100 orang	Rosarita Niken Widiastuti (Dirjen IKP), Budi Adi Santosa (Co Founder SwaraKampus.com), Suryo Adi Pramono (Kepala Pusat Studi HAM dan Demokrasi Univ. Atmajaya Yogyakarta)
		Forum Sosialisasi Pemilu "Satu Suara Menentukan Masa Depan Bangsa"	25 Januari	Yogyakarta	100 orang	Kemenkominfo, KPU Sleman, Direktur Eksekutif Institut Demokrasi Republik
		Forum Sosialisasi "Pemuda Sadar Pemilu"	1 Februari	Samarinda	200 orang	Kemkominfo, Ketua KPU Provinsi Kalimantan Timur, Akademisi Univ. Mulawarman
		Forum Dialog Publik "Suara Kita Menentukan Masa Depan Bangsa"	7 Februari	Surabaya	100 orang	Rosarita Niken Widiastuti (Dirjen IKP), Nur Syarifah (KPU), Zulham Ahmad Mubarak (Komando Teknis Cyber NU)

		Forum Sosialisasi Pemilu "Menjadi Pemilih Cerdas"	14 Februari	Rumah Adat Betang, Kota Singkawang, Kalimantan Barat	200 Orang	Direktur Informasi dan Komunikasi Polhukam Kemenkominfo - Drs. Bambang Gunawan M.Si.; Ketua KPU Kota Singkawang – Riko; Ketua Dewan Adat Dayak Kota Singkawang - Aloysius Kilim; Ketua Bawaslu Kota Singkawang - H. Zulita
		Forum Sosialisasi Pemilu Bagi Pemilih Perempuan	21 Februari	Banjarmasin	200 orang	Tenaga Ahli Riset dan Metodologi Menkominfo, Ketua KPUD Kota Banjarmasin, Sekretaris Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia
		Forum Dialog "Suara Kita Menentukan Masa Depan Bangsa"	23 Februari	Pontianak	200 orang	Ketua Jurnalis Perempuan Khatulistiwa, Ketua KPUD Kota Pontianak, Freddy H. Tulung
		Tabligh Akbar Indonesia Damai "Bahaya Hoax Dalam Pemilu 2019"	24 Februari 2019	Gedung Kesenian Kabupaten Cibinong, Jawa Barat	1000 Peserta	Menteri Komunikasi dan Informatika RI – Rudiantara; Direktur Riset Indonesia - Ali Rifan; Kepala Sekolah Pancasila - Sofyan Arief
		Forum Sosialisasi "Gerakan Cerdas Bermedia Menghadapi Pemilu 2019"	25 Februari	Gedung Kesenian Universitas Pendidikan Ganesha Bali	500 orang	Kepala RRI Denpasar, Ketua KPU Prov. Bali
		Sosialisasi Pemilu "Workshop Cerdas Bermedia Sosial"	25 Februari	Gedung Kesenian Gde Manik Bali	500 orang	Kemenkominfo, Rektor Undiksa, Praktisi Media Sosial Widi Wihartono, KPUD Buleleng I Gede Sutrawan
		Sosialisasi Pemilu "Pemilih Muda, Pemilih Cerdas"	1 Maret	Universitas Negeri Padang	3000 Orang	Plt. Dirjen Informasi dan Komunikasi Publik - Rosarita Niken Widiastuti; Perwakilan dari Tim Kampanye Nasional - Wanda Hamidah; Perwakilan dari Badan Pemenangan Nasional - Miftah Shabri; Direktur Eksekutif Perkumpulan untuk Pemilu Demokrasi - Titin Anggraini; Igor Saykoji (Seniman) Moderator: Tompi dan Glenn Fredly.
		Forum Sosialisasi Pemilu 2019 "Suara Kita Menentukan Masa Depan Bangsa"	1 Maret	Universitas Gadjah Mada Yogyakarta	700 orang	Dosen Fisipol UGM Ari Sujito, Ketua KPU Yogyakarta Hamdan Kurniawan, Kemenkominfo
		Forum "Partisipasi Pemilih Perempuan dalam Rangka Program Sosialisasi Pemilu 2019"	5 Maret	Palembang	200 orang	Kemkominfo, Tenaga Ahli Menteri Kominfo, Tenaga Ahli Kemkominfo, Ketua KPU Kota Palembang
		Forum Sosialisasi Pemilu "Suara Kita Menentukan Masa Depan Bangsa"	5 Maret	Sumatera Utara	200 orang	Ephorus HKBP, Ketua KPUD Tapanuli Utara, Kemenkominfo
		Forum Sosialisasi "Pemuda Sadar Pemilu"	12 Maret	Jember	200 orang	Kemkominfo, Kepala Humas dan Protokol Univ. Negeri Jember, Ketua Bawaslu Kab. Jember, Komisioner KPU Kab. Jember
		Forum Sosialisasi Pemilu 2019 "Suara Kita Menentukan Masa Depan Bangsa"	16 Maret	Medan	800 orang	Komisi I DPR RI Meutia Hafidz, Kepala Kepolisian Kota Medan, Ketua KPUD Kota Medan, Ketua KPUD Prov. Sumatera Utara

		Forum Sosialisasi Pemilu 2019 "Suara Kita Menentukan Masa Depan Bangsa"	20 Maret	Universitas Hasanuddin Makassar	500 orang	KPUD Kota Makassar Endang Sari, Kemenkominfo, Anjaksa Wantannas Judi Paragina Firdaus
		Forum Diskusi "Suara Kita Menentukan Masa Depan Bangsa"	25 Maret	Pati	200 orang	Arwani Thomafi (Komisi I DPR RI), Imbang Setiawan (Ketua KPUD Pati), Kemenkominfo
		Forum Diskusi "Suara Kita Menentukan Masa Depan Bangsa"	25 Maret	Rembang	200 orang	Arwani Thomafi (Komisi I DPR RI), Zaenal Abidin (Ketua KPUD Rembang), Kemenkominfo
		Forum Sosialisasi Pemilu "Pemilih Cerdas"	28 Maret	Balai Pertemuan Suku Anak Dalam Sungai Bungin, Dusun Wana Rejo, Muara Kilis, Kabupaten Tebo, Jambi	200 orang	Asisten I Bupati Tebo – Amsiridin; Komisioner Komisi Pemilihan Umum Kab. Tebo - Rinaldi Zainun; Ketua Suku Anak Dalam di Sungai Bungin, Dusun Wana Rejo, Desa Muara Kilis - Tumenggung Apung; Anggota Badan Pengawas Pemilihan Umum Kab. Tebo - Masri, S.Ag.,; Kasubdit Informasi dan Komunikasi Pertahanan dan Keamanan, Kementerian Kominfo - Drs. Dikdik Sadaka MM
		Forum Diskusi Publik "Suara Kita Menentukan Masa Depan Bangsa"	30 Maret	Banjarnegara	250 orang	DPR RI Komisi I Taufik R. Abdullah, Kemenkominfo, Adhi Matufin
2	Dialog TV/Radio	Dialog Interaktif Pra Debat Pemilu dengan tema "Membangun Ketahanan Energi untuk Kesejahteraan Masyarakat"	12 Februari	Metro TV - Jakarta		Abdul Muin (Pakar Energi), Ego Syahril (Sekjen Kementerian ESDM)
		Dialog Interaktif di Televisi dengan tema "Sosialisasi Pemilu 2019"	15 Februari	TV One - Jakarta		Mohammad Afifuddin (Komisioner Bawaslu), Wahyu Setiawan (Komisioner KPU)
		Dialog Interaktif di Televisi dengan Tema "Pemilu Damai"	6 Maret	Kompas TV - Jakarta		Sri Yunanto (Tenaga Ahli Menko Polhukam), Dr. Masduki Baidlowi, M.Si. (Ketua Bidang Pengkajian Penelitian MUI)
		Dialog Interaktif di televisi dengan tema "Pemilih Cerdas dalam Demokrasi Pancasila" melalui program NGOPi (Ngobrol Pintar) di KOMPAS TV	18 Maret	Kompas TV - Jakarta		Sekjen Kementerian Kominfo, Sri Yunanto (Tenaga Ahli Menko Polhukam), M. Alfian Alfian (Pengamat Politik Universitas Nasional), Maman Suherman (Praktisi Media)
		Dialog TV (tapping) dengan tema "Kesiapan Penyelenggaraan Pemilu 2019"	22 Maret	TVRI, TV One, Metro TV		Menkopolkam, Ketua Bawaslu, Ketua KPU
		Dialog Radio dengan tema Pemilu 2019	23 Maret	RRI - Medan		Kemkominfo, Ketua KPUD Kota Medan
		Dialog TV dengan tema "Pilihan Berbeda, Indonesia Tetap Bersatu dan Damai", di Studio Orange KOMPAS TV, Jakarta	12 April	Kompas TV - Jakarta		Prof. Dr. Jamhari (Direktur Pasca Sarjana UIN Jakarta) dan Muhamad Syauqillah P.hD (Dosen SKSG UI)

		Dialog Interaktif di Televisi dengan tema "Kuatkan Tekad Untuk Kemajuan NKRI" pada program NGOPI (Ngobrol Pintar) di Kompas TV, Jakarta	24 Juni	Kompas TV - Jakarta		Prof. R. Siti Zuhro, MA. (Peneliti Senior LIPI), Dr. Sri Yunanto (Tenaga Ahli Menkopolhukam), Dr. H. Marsudi Syuhud (Ketua PBNU), dan Dr. H. Abdul Mu'ti, M.Ed. (Sekretaris Umum PP Muhammadiyah)
3	Pertunjukan Rakyat	Rangkaian Sosialisasi Terpadu Pemilu 2019 dalam Pertunra	16 Februari	Surakarta	500 orang	Kemkominfo, Tenaga Ahli Menkominfo, Anggota Bawaslu, Anggota KPUD Surakarta
		Petunra "Suara Kita Menentukan Masa Depan Bangsa"	15 Maret	Sumatera Utara		Komisi I DPR RI Meutia Hafiz, Kepala Dinas Sosial Prov. Sumatera Utara
		Pertunra dan Pemutaran Film Pembangunan "Suara Kita Menentukan Masa Depan Bangsa"	23 Maret	Serdang Bedagai, Medan	500 orang	Bupati Serdang Bedagai, KSP, Kemkominfo, Ketua KPUD Serdang Bedagai
		Petunra Shalawatan dan Ngaji Wayang Nusantara	24 Maret	Pati	1500 orang	Kemenkominfo, DPR RI Arwani Thomafi
		Petunra Shalawatan dan Ngaji Wayang Nusantara	24 Maret	Rembang	1000 orang	Kemenkominfo, DPR RI Arwani Thomafi
		Petunra dan Harmoni Indonesia "Pemilih Cerdas Lawan Hoax, Pemilupun Damai"	26 Maret	Pangandaran	1500 orang	Kemkominfo, KPUD Pangandaran, Dandim Ciamis, Kapolres Ciamis
		Konser Religi dan Pengajian Akbar "Peran Santri dalam Menangkal Hoax dalam Media Sosial"	30 Maret	Banjarnegara	1500 orang	Kemenkominfo, DPR RI Taufiq R. Abdullah
4	FGD	Focus Group Discussion Penyusunan Strategi Komunikasi Penciptaan Keamanan Tahun 2019	7-8 Februari	Depok, Jawa Barat	17 Orang	Rosarita Niken Widiastuti, Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik; Gun Gun Siswadi, Staf Ahli Menkominfo Bidang Komunikasi dan Media Massa; Deputi V Kementerian Bidang Keamanan, Kemenko Polhukam; Sri Yunanto, Tenaga Ahli Menko Polhukam; Agus Zaini, Tenaga Ahli Menko Polhukam; Badi Haendi Sujatmiko, Direktur Komunikasi Massa BIN; Brigpol Hamli, Direktur Pencegahan BNPT; Dr. Syauqillah, Kepala Program Studi Kajian Terorisme-SKSG UI; Ika Karlina, THP Kemenko Polhukam; Galuh Pangestu Indraswari, Akademisi Komunikasi Universitas Bhayangkara
5	Rapat	Rapat Monitoring dan Produksi Konten	22 Mei 2019	Depok		BIN (Kolonel Ruminto), Asdep 1/VII Kemenpolhukam
7	Pameran	Pameran Foto "Rekaman Sejarah Pemilu dalam Bingkai Pers: Refleksi Pemilu dari Masa ke Masa (1955-2014)"	15 Februari 2019	Surakarta		Kemkominfo, Ketua KPUD Kota Surakarta

8	CFD	Rangkaian Sosialisasi Terpadu Pemilu 2019 dalam Car Free Day	17 Februari 2019	Surakarta	1000 orang	Kemkominfo, Komisioner KPUD Kota Surakarta Divisi Teknis, Komisioner KPUD Kota Surakarta Divisi Program dan Data
9	Produksi Konten	Produksi Konten dan Diseminasi Informasi			23 Konten	Konten Pemilu yang diunggah di akun @terasnegeriku
		Produksi Konten dan Diseminasi Informasi			5 Konten	Konten Pemilu yang diunggah di akun twitter @djikp
		Produksi Konten dan Diseminasi Informasi			4 Konten	Konten Pemilu yang diunggah di akun instagram @djikp
10	PSA	PSA Pemilu 2019	1-6 April 2019	RTV		ILM Pemilu
			8-17 April 2019	RTV		ILM Pemilu
			1-17 April 2019	KOMPAS TV		ILM Pemilu
			1-17 April 2019	RCTI		ILM Pemilu
			1-17 April 2019	TVRI		ILM Pemilu
			1-17 April 2019	Metro TV		ILM Pemilu
			1-17 April 2019	TV One		ILM Pemilu
			1-17 April 2019	MNC TV		ILM Pemilu
			1-17 April 2019	Trans TV		ILM Pemilu
			16 April 2019	Stasiun Ancol		ILM Branding Transportasi
			16 April 2019	Stasiun Mangga Besar		ILM Branding Transportasi
			16 April 2019	Stasiun Jayakarta		ILM Branding Transportasi
			9 April 2019	Stasiun Taman Kota		ILM Branding Transportasi
			1 April 2019	Stasiun Kalideres		ILM Branding Transportasi
			12 April 2019	Commuter Line Manggarai		ILM Branding Transportasi
			16 April 2019	Commuter Line Jkt-jatinegara		ILM Branding Transportasi
			16 April 2019	Commuter jakarta Bogor		ILM Branding Transportasi
			16 April 2019	Commuter jakarta-Bekasi		ILM Branding Transportasi
			16 April 2019	Commuter Tnh Abang-Serpong		ILM Branding Transportasi
			16 April 2019	Commuter tangerang-Duri		ILM Branding Transportasi

Tabel 10. Capaian Kinerja Sosialisasi Pemilihan Umum Serentak Tahun 2019



Gambar 14. Sosialisasi Pemilu Serentak 2019 kepada 15 kelompok Suku Anak Dalam di Kabupaten Tebo Masri Jambi



Gambar 15. Pemanfaatan media luar ruang dalam transportasi publik sebagai salah satu pilihan efektif dalam rangka sosialisasi Pemilu Serentak 2019

B.3. Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim

Dalam rangka implementasi sasaran strategis organisasi, setiap tahunnya perencanaan strategis dituangkan dalam suatu dokumen perjanjian kinerja tahunan. Dokumen tersebut merupakan penjabaran lebih lanjut dari perencanaan strategis, yang didalamnya memuat seluruh target kinerja yang hendak di capai dalam satu tahun dengan menunjukan sejumlah indikator kinerja kunci yang relevan. Indikator dimaksud meliputi indikator-indikator pencapaian sasaran dan indikator kinerja kegiatan. Perjanjian kinerja ini merupakan tolak ukur yang digunakan dalam menilai keberhasilan/kegagalan penyelenggaraan pemerintah untuk periode satu tahun ke depan. Perjanjian Kinerja Tahun 2019 telah selaras dengan Rencana Kinerja Tahun 2019 yang merupakan penjabaran dari Rencana

Strategis Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim dalam mewujudkan visi dan misi yang dijabarkan melalui sasaran yang akan dicapai. Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim sesuai dengan Permenkominfo Nomor 6 Tahun 2018 mempunyai tugas adalah melaksanakan pelaksanaan kebijakan, pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang informasi dan komunikasi perekonomian dan maritim. Secara umum seluruh target kinerja tahun 2019 Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim dapat tercapai. Adapun rincian capaian dari perjanjian kinerja Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim Tahun 2019 adalah sebagai berikut:

No	Sasaran	Indikator Kinerja Kegiatan	Target	Capaian Kinerja	%
1	<i>Tersedianya Konten Bidang Perekonomian dan Maritim yang sesuai dengan rekomendasi analisis isu.</i>	Persentase (%) Jumlah Konten yang sesuai dengan rekomendasi analisis isu.	430 Konten	1477 Konten	100%
2	<i>Meningkatnya penyebaran informasi publik bidang Perekonomian dan Maritim</i>	a. Persentase masyarakat yang memahami program dan kebijakan pemerintah di bidang	80%	89,23% masyarakat memahami program dan kebijakan pemerintah di bidang Perekonomian dan Maritim melalui media cetak,	100%

		Perekonomian dan Maritim melalui media cetak, media luar elektronik dan media luar ruang		media luar elektronik dan media luar ruang. Diukur melalui survey persepsi (random sampling) kepada masyarakat penerima konten sosialisasi yang dilaksanakan oleh direktorat IK PM.	
		b. Persentase masyarakat yang memahami program dan kebijakan pemerintah di bidang Perekonomian dan Maritim melalui media tatap muka dan pertunjukan rakyat	80%	90,15% masyarakat memahami program dan kebijakan pemerintah di bidang Perekonomian dan Maritim melalui media tatap muka dan pertunjukan rakyat. Diukur melalui survey persepsi (random sampling) kepada masyarakat penerima konten sosialisasi yang dilaksanakan oleh direktorat IK PM.	100%
		c. Jumlah jangkauan, terpaan dan keterlibatan masyarakat (netizen) tentang informasi program prioritas pemerintah bidang Perekonomian dan Maritim melalui internet	a. Jangkauan 4,5 Juta; b. Engagement 450 ribu	4,2 Juta Jangkauan 380 ribu engagement	93,33% 84,44%
3	Peningkatan Pengetahuan Masyarakat tentang digital ekonomi	Presentase (%) Masyarakat yang menjadi sasaran penyebaran informasi memahami kebijakan dan program pemerintah tentang Digital Ekonomi	70%	88,98 % Masyarakat yang menjadi sasaran penyebaran informasi memahami kebijakan dan program pemerintah tentang Digital Ekonomi	100%

Tabel 11. Capaian Perjanjian Kinerja Direktorat IK Perekonomian dan Maritim Tahun 2019

Capaian Khusus: Sosialisasi Ekonomi Digital

Dengan jumlah penduduk mencapai 267 juta jiwa di tahun 2020 dan jumlah pengguna internet sebesar 175 juta (data We Are Social 2020) tentu saja merupakan potensi besar untuk perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Sejak diterbitkannya Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road Map E-Commerce), pemerintah dengan serius mengembangkan sektor ini. Pemerintah mendorong percepatan dan pengembangan sistem perdagangan nasional berbasis elektronik (e-Commerce), usaha pemula (start-up), pengembangan usaha, dan percepatan logistik. Tentu saja dalam rangka memperlancar tujuan perpres tersebut diperlukan literasi dan sosialisasi bagi pelaku usaha khususnya UMKM untuk memperluas atau mengalihkan lini usahanya menjadi go digital. Selama tahun 2019 Ditjen IKP c.q Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim telah melaksanakan berbagai sosialisasi terkait pengembangan ekonomi digital melalui berbagai media terutama melalui konten-konten di media sosial. Selain itu untuk menjangkau khalayak di lapangan langsung, selama tahun 2019 telah dilaksanakan kegiatan-kegiatan yang bersifat tatap muka dalam bentuk seminar maupun workshop terkait pengembangan ekonomi digital terutama untuk generasi muda dan pelaku usaha kecil menengah dengan rincian sebagai berikut:

No.	Bentuk Kegiatan	Nama Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Lokasi	Jumlah Peserta	Narasumber
	Konferensi	Annual Meeting World Economic Forum 2019: Globalization 4.0: Shaping a Global Architecture in the Age of the Fourth Industrial Revolution	22-25 Januari 2019	Davos, Swiss	500	
	Forum	Peluang dan Tantangan Generasi Muda Menghadapi Revolusi 4.0	29 Januari 2019	Universitas Negeri Gorontalo, Provinsi Gorontalo	200	
	Forum	Dialog Publik dengan tema: "Pembangunan Manusia Peningkatan Produktivitas Masyarakat Berbasis Pariwisata Lokal"	6 Februari 2019	Universitas Sriwijaya, Palembang, Sumatera Selatan	200	
	Forum	Potensi Ekonomi Kreatif untuk Anak Muda Sulawesi Tenggara	20 Februari 2019	Universitas Haluoleo, Kendari Sulawesi Tenggara	200	
	Forum	Forum Sosialisasi dengan tema "Ekonomi Kerakyatan Berbasis Digital"	25 Febuari 2019	Gedung Kemkominfo, Jakarta	240	Direktur Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim Kemkominfo Septriana Tangkary; Direktur Pengendalian, Agung Primanto Murdanoto; Koperasi Sinergi Swadaya Nusantara, Satrio Wibowo;

						dan Owner Satoe Juara Nusantara, Jainal Hariadi.
	Forum	Forum Sosialisasi dengan tema "Belanja dan Jualan Online: Murah, Cepat dan Aman"	27 Februari 2019	Pendopo Ronggosukowakti, Pamekasan Jawa Timur	412	Bupati Pamekasan, Baddrut Tamam; Direktur Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim Kemkominfo Septriana Tangkary; Kepala Cabang BRI Pamekasan, Susilo; Komunitas Kebaya, Kopi dan Buku, Tati Apriliana dan Marketplace Bibli.com
	Forum	Pembangunan, Inovasi dan Sumber Daya	4 Maret 2019	Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Kalimantan Selatan	200	1. Rektor Universitas Negeri Makasar 2. Direktur IKPM 3. Staf Komunikasi Presiden Kepala Biro Perencanaan dan Badan Ekonomi Kreatif
	Forum	Forum Sosialisasi Petani Go Online	8 Maret 2019	Bandung Barat	200	
	Forum	Wawasan Kebangsaan Menuju Kedaulatan Maritim dan Daya Saing Bangsa Dalam Era Revolusi Industri 4.0	21 Maret 2019	Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN SU) Medan	200	
	Forum	Forum Sosialisasi Nelayan Go-Online	28 Maret 2019	Balai Pelatihan dan Penyuluhan Perikanan (BPPP), Banyuwangi	200	Direktur Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim, Septriana Tangkary; Kepala Sub Direktorat Informasi dan Komunikasi Maritim, Irawan Usman; Kepala Dinas Perikanan dan Pangan Kabupaten Banyuwangi, Bapak Ir. Hary Cahyo Purnomo, M.Si; Peneliti Pusat Riset Kelautan, Kementerian Kelautan dan Perikanan Bapak Dr. Sri Suryo Sukoraharjo. S.Pi, M.Si; Peneliti Bidang Teknologi Kelautan, Kementerian Kelautan dan Perikanan Bapak Sofyan Muji Permana, S.T.; dan Kepala Project Inovasi Sosial, XL Axiata, Siti Siswandari.
	Forum	Forum Sosialisasi dengan tema "Potensi Ekonomi Digital Berbasis Kearifan Lokal"	27 Maret 2019	Pendopo Pelinggihan Pariwisata Banyuwangi, Jawa Timur	150	Direktur Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim Kemkominfo Septriana Tangkary; Sekjen LPER, Fransisca Sestri; Asisten Vice President Micro Banking Bank Mandiri, Hery Sofiaji dan Marketplace Bukalapak.com
	Seminar	Seminar Nasional dengan tema: "From Disruption to Innovation Change Your Tire or Expire"	8 April 2019	Balai Sidang Universitas Indonesia, Depok	300	
	Forum	Forum Sosialisasi Nelayan Go-Online	9 April 2019	Aula Sekretariat Daerah	200	Kepala Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian Kabupaten Pangandaran; Kepala Dinas Kelautan,

				Kabupaten Pangandaran		Perikanan dan Ketahanan Pangan Kabupaten Pangandaran - Rida Nirwana; Senior Manager Government Relations and Site Regulation, PT. XL Axiata Tbk - Benny Herlambang; Technical Development Social Innovation Project, Corporate Communication, PT. XL Axiata Tbk - Tjetjep Witjahjono; dan Head of Integrated Fisheries System (IFS), Aruna - Irham Ahada.
	Forum	Forum Sosialisasi Nelayan Go-Online	7 Mei 2019	Aula Kelurahan Kalibaru, Jakarta Utara	200	Dinas Kelautan, Perikanan dan Ketahanan Pangan Jakarta Utara, Ketua Galang Kemajuan (GK) Ladies, Technical Development Social Innovation Project, Corporate Communication, PT. XL Axiata Tbk - Tjetjep Witjahjono; dan Kepala Project Inovasi Sosial PT. XL Axiata Tbk – Siti Siswandari.
	Forum	Forum Sosialisasi “UMKM Scale Up, Potensi Lokal Raih Pasar Global”	8 Mei 2019	Spazio Hall, Surabaya	300	Direktur Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim Kemkominfo Septriana Tangkary; President International Council for Small Business (ICSB) Chapter Surabaya, Meithiana Indrasari; Praktisi Ekspor Impor, Mufid Wahyudi; dan Marketplace, Blanja.com, Ivone Andayani
	Forum	Forum Sosialisasi dengan tema “Pasar Digital dan Peningkatan Ekonomi Rakyat di Era 4.0”	23 Mei 2019	Balai Keraton Bandar Lampung, Lampung	270	Direktur Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim Kemkominfo Septriana Tangkary; Kepala Dinas Perdagangan Provinsi Lampung, Satria Alam; Kamar Dagang Indonesia cabang Lampung, Romy J Utama; Kamar Dagang Indonesia cabang Lampung, Romy J Utama dan Ranger dari Bukalapak, Didi Nofantoro.
	Forum	Forum Sosialisasi “Hidup Praktis Dengan Transaksi Digital di Zaman Now”	26 Mei 2019	Summarecon Mall, Bekasi	300	Direktur Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim Kemkominfo Septriana Tangkary; Asisten Deputi Penyuluhan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, Bagus Rachman dan Ketua ICSB (International Council for Small Business), Deni Romansyah.
	Forum	Forum Sosialisasi “Menembus Era Pasar Digital: Semua Bisa Jualan Online”	18 Juli 2019	Perpustakaan Nasional Bukititingi, Sumatera Barat	312	Wakil Walikota Bukititingi, H Irwandi; Direktur Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim Kemkominfo Septriana Tangkary; Pelaku Industri Garam, Henny Lukman; Komunitas Kebaya, Kopi dan

						Buku, Taty Apriliyana dan Ranger Bukalapak.com, Ronaldo Tan.
	Pojok Literasi	Merencanakan Keuangan Millenials	25 Juli 2019	Banyuwangi	200	1. Direktur IKPM 2. Kasubbag Pengawasan Bank OJK Regional Jember 3. Jouska Indonesia
	Pojok Literasi	Merencanakan Keuangan Millenials	1 Agustus 2019	Denpasar	200	1. Kadiskominfo Kota Denpasar 2. Direktur IKPM 3. Direktur Edukasi dan Literasi OJK 4. Jouska Indonesia
	Forum	Forum Sosialisasi dengan tema: "Menembus Era Pasar Digital: Semua Bisa Jualan Online"	7 Agustus 2019	Gedung Pola Kantor Bupati Polewali Mandar	250	Wakil Bupati Polewali Mandar, M Natsir Rahmat; Direktur Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim Kemkominfo Septiana Tangkary; Kepala Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kab Polewali Mandar, Bapak Nengah Tri Sumadana; Praktisi TIK Sulawesi Barat, Bapak Mihram; Gapura Digital Makassar, Bapak Kasman Suherman; dan Praktisi e-commerce (Bukalapak), Bapak Muhammad Hambali.
	Seminar	The 30th Investor Gathering Bizcom Indonesia "Investment Strategy and Opportunity in FinTech Syariah and Digital Era"	29 Agustus 2019	Fairmont Hotel, Jakarta.	150	CEO Waqara, Dino Patti Djalal; Direktur Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim Kemkominfo Septiana Tangkary; Board of advisor & Investment Committee PT Dana Syariah Indonesia, Harjono Sukarno; dan GM of Business Roomme.id, Iman Hanggautomo.
	Pojok Literasi	Merencanakan Keuangan Millenials	30 Agustus 2019	Bandar Lampung	150	1. Sekretaris Diskominfo Bandar Lampung 2. Direktur IKPM 3. Deputi Direktur Pengawasan LJK, OJK Lampung
	Forum	Forum Sosialisasi Nelayan Go-Online	4 September 2019	Nias Selatan	200	Bupati Nias Selatan, Dr. Hilarius Duha, S.H., M.H., Wakil Bupati Nias Selatan, Sozanolo Ndruru, Direktur Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim, Septiana Tangkary, Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Nias Selatan, Deri Dohude, S.Ag., MM. Kepala Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Nias Selatan, Seksama Sarumaha, S.IP., M.A., Business Development ARUNA Integrated Fisheries e-commerce, Kuttria Ramona Dewi.

	Diskusi	Temu Netizen Kriyanusa 2019	9 September 2019	Kembang Goela Restaurant Jakarta	100	
	Forum	Forum Sosialisasi dengan tema "Menembus Era Pasar Digital, Semua Bisa Jualan Online"	18 September 2019	Universitas Muhammadiyah, Magelang	171	Ketua Induk BTM, Achmad Suud; Asisten III Pemerintah Kabupaten Magelang, Endra E. Wacana; Kasubdit Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim, Kemkominfo, Rosmiati; Pakar Media Sosial, Jurnalis dan Blogger, M.H Kholis dan Marketplace Blibli.com, Taufik Firlani.
	Pojok Literasi	Merencanakan Keuangan Millenials	29-Sep-19	IPB, Bogor	250	1. IPB 2. Direktur IKPM 3. Deputi Direktur Pengawasan LJK, OJK Lampung 4. Jouska
	Pojok Literasi	Merencanakan Keuangan Millenials	10 Oktober 2019	Malang	175	1. IPB 2. Direktur IKPM 3. Deputi Direktur Pengawasan LJK, OJK Lampung 4. Jouska
	Seminar	Connect 2019 "Innovation and Collaboration to Empower Indonesia's Digital Economy in Industry 4.0"	30 Oktober 2019	Jakarta Convetion Center, Senayan Jakarta	800	Sekjen Kemkominfo Rosarita Niken Widiastuti; Direktur Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim Kemkominfo, Septriana Tangkary; Asisten Deputi Pemasaran Kementerian Koperasi dan UKM, Destry Anna Sari; Direktur Pengembangan Pasar dan Informasi Ekspor, Kementerian Perdagangan Iriana Trimurty Ryacudu dan Direktur Industri Kecil Menengah Logam, Mesin, Elektronika dan Alat Angkut Kementerian Perindustrian, Endang Suwartini
	Pojok Literasi	Merencanakan Keuangan Millenials	5 Desember 2019	Padang	125	1. Dirjen IKP 2. Kemenko Kemaritiman 3. Kementerian PUPR 4. Dir IKPM
	Pojok Literasi	Merencanakan Keuangan Millenials	7 Desember 2019	Bekasi	300	1. Universitas Bhayangkara 2. Dir IKPM 3. Kemenko Perekonomian 4. Jouska

Tabel 12. Capaian Kinerja Sosialisasi Pengembangan Digital Ekonomi 2019

Seperti yang dapat dilihat dalam perjanjian kinerja, sasaran kegiatan ketiga Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim adalah meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang digital ekonomi. Kebijakan dan program pemerintah

tentang digital ekonomi antara lain UMKM go online, Nelayan go online, Petani go online, dan Pojok Literasi. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan, sebesar 88,98% masyarakat memahami kebijakan dan program pemerintah terkait digital ekonomi. Jumlah tersebut telah melebihi target yang telah ditetapkan sebelumnya sebesar 70%. Berikut penjabaran hasil survei berdasarkan kebijakan dan program pemerintah terkait digital ekonomi:

No	Media	Persentase
1	UMKM <i>go online</i>	84,62%
2	Nelayan <i>go online</i>	86,42%
3	Petani <i>go online</i>	94,95%
4	Pojok Literasi	89,95%
	Rata-rata	88,98%

Tabel 13. Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Kebijakan dan Program Pemerintah Mengenai Digital Ekonomi



Gambar 16. Sosialisasi UMKM Go Online: Mengajak masyarakat memanfaatkan teknologi informasi untuk lebih produktif.

B.4. Direktorat Informasi dan Komunikasi Pembangunan Manusia dan Kebudayaan

Sesuai dengan Permenkominfo Nomor 6 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika, Direktorat Informasi dan Komunikasi Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (IK PMK) mempunyai tugas untuk melaksanakan penyiapan pelaksanaan kebijakan, pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang informasi dan komunikasi sektor pendidikan, agama, kebudayaan, sosial, pemuda, olahraga, perlindungan anak, pemberdayaan perempuan, kesehatan, serta desa dan transmigrasi.

Direktorat IK PMK memiliki satuan target yang dirumuskan berdasarkan proyeksi capaian di bidang produksi konten dan diseminasi informasi yang disesuaikan dengan kriteria keberhasilan yang telah menjadi kesepakatan bersama di tingkat Eselon I. Secara umum capaian Direktorat IK PMK di tahun anggaran 2019 dapat tercapai dengan baik dengan rincian sebagai berikut:

No	Sasaran	Indikator Kinerja Kegiatan	Target	Capaian Kinerja	%
1	<i>Tersedianya Konten Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan yang sesuai dengan rekomendasi analisis isu.</i>	Jumlah Konten yang sesuai dengan rekomendasi analisis isu.	90%	451 (100%) dari target 450	100%
2	<i>Meningkatnya penyebaran informasi publik bidang PMK</i>	1. Persentase masyarakat yang memahami program dan kebijakan pemerintah di bidang PMK melalui media cetak, media elektronik dan media luar ruang	75%	79,38%	100%
		2. Persentase masyarakat yang memahami program dan kebijakan pemerintah di bidang PMK melalui media tatap muka dan pertunjukan rakyat	75%	86,5%	100%
		3. Jumlah jangkauan, terpaan dan keterlibatan masyarakat (netizen) tentang	a. Jangkauan 9.9 Juta	a. Jangkauan 73.071.063 b. Engagment 2.243.225	100%

		informasi program prioritas pemerintah bidang PMK melalui internet	b.Engagement 1 Juta		
3	Peningkatan pemahaman masyarakat tentang pencegahan stunting	Presentase (%) Masyarakat memahami kebijakan dan program pemerintah tentang Pencegahan Stunting.	75% (44,3 juta/ Nasional /60 kab/ko prioritas)	78,5%	100%

Tabel 14. Capaian Perjanjian Kinerja Direktorat IK PMK Tahun 2019

Capaian Khusus: Sosialisasi Pencegahan Stunting

Pembangunan manusia identik dengan keberpihakan politik pembangunan suatu pemerintahan. Pembeda utama negara maju, berkembang atau miskin adalah bagaimana kebijakan pembangunan manusianya, salah satunya sektor kesehatan. Sumber Daya manusia (SDM) yang sehat adalah modal dasar negara untuk berkompetisi global. Sejarah mencatat, Indonesia mempunyai narasi kebijakan peningkatan kesehatan yang dikaitkan dengan pangan dan gizi sejak awal kemerdekaan. Dimulai dari tahun 1952 dengan konsep “4 Sehat 5 Sempurna”, regulasi perbaikan gizi masyarakat era Orde baru, hingga kini tahun 2000-an dengan konsep “Isi Piringku”. Perkembangan manusia sehat memang dimulai dari asupan gizi yang baik dan seimbang.

Saat ini, Pemerintah Indonesia peduli dengan pembangunan kesehatan manusia Indonesia karena momentum bonus demografi. Dimana 2/3 penduduk Indonesia adalah usia produktif dan rasio ketergantungan <50. Bonus ini terjadi hanya sekali pada suatu bangsa,

momentumnya pun pendek, diprediksi akan berakhir pada tahun 2040-an. Pemerintah bekerja beras membangun kesehatan agar SDM tidak menjadi beban, tapi modal bangsa. Kompetisi global pun membutuhkan SDM yang kompeten, inovatif dan adaptif atas perubahan masyarakat. Ini tidak bisa bila sebagian seperempat masyarakatnya mempunyai riwayat stunting. SDM Indonesia akan kalah sebelum pertandingan, namun tidak perlu khawatir, stunting sendiri dapat dicegah apabila masyarakat mendapatkan informasi yang baik.

Secara definitif, stunting adalah kondisi gagal tumbuh pada anak akibat kekurangan gizi kronis, dan stimulasi psikososial, serta paparan infeksi berulang terutama dalam 1.000 hari pertama kehidupan (HPK), yakni mulai dari janin hingga anak berusia 2 tahun. Data Riset Kesehatan dasar (Riskedas) 2018 dari Kementerian kesehatan menunjukkan tingkat stunting 30,8%, artinya 3 dari 10 anak Indonesia

mengalami stunting. Angka diatas juga jauh dari standar Badan Kesehatan Dunia atau WHO, sekitar 20 persen.

Dalam jangka pendek, stunting mengganggu pertumbuhan fisik, kognisi dan kesehatan anak balita. Dalam jangka panjang, dampaknya lebih kompleks seperti mudah sakit, kognitif berkurang, fungsi tubuh tidak seimbang, mengakibatkan kerugian ekonomi dan postur tubuh tidak maksimal saat dewasa. Intinya, negara dengan prevalensi stunting tinggi pada Balita adalah negara yang diproyeksikan gagal dalam berkompetisi global. Untuk itu, Presiden Joko Widodo menunjuk 23 Kementerian/ lembaga untuk berkolaborasi menangani penurunan prevalensi stunting. Pemerintah melakukan intervensi yaitu:

1. Intervensi gizi spesifik pada sasaran prioritas (ibu hamil, ibu menyusui dan anak 0-23 bulan) dan sasaran penting (remaja, wanita usia subur dan anak usia 24-59 bulan);
2. Intervensi sensitif yang meliputi penyediaan air minum dan sanitasi, peningkatan akses dan kualitas pelayanan kesehatan dan gizi, peningkatan kesadaran dan praktek pengasuhan dan gizi pada ibu/ anak, serta peningkatan akses pangan bergizi.

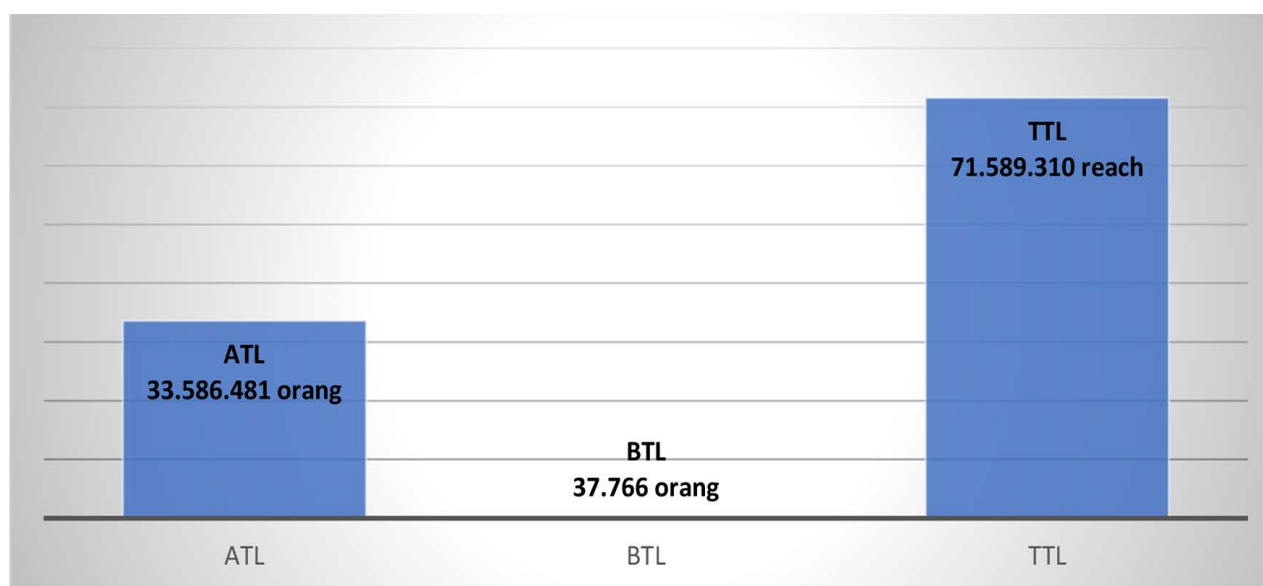
Pemerintah menetapkan 5 (lima) pilar pencegahan stunting yang melingkupi komitmen dan visi pimpinan tertinggi (Pilar ke-1), kampanye nasional berfokus pada pemahaman (Pilar ke-2), konvergensi dan koordinasi pemerintah dari tingkat pusat sampai daerah (Pilar ke-3), Nutritional Food Security (Pilar ke-4) dan pemantauan/evaluasi

program (Pilar ke-5). Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) adalah koordinator pilar ke-2, kampanye nasional yang berfokus pada pemahaman dan perubahan perilaku. Kominfo harus memastikan ada peningkatan kesadaran publik dalam pencegahan stunting. Strategi komunikasi yang digunakan beragam, antara lain: penyusunan konten, penyebarluasan informasi, *community engagement*, advokasi dan pengembangan kapasitas penyelenggara kampanye sektor lainnya. Pelaksanaan program prioritas pencegahan stunting direalisasikan melalui Kampanye Penurunan Prevalensi Stunting. Kampanye ini terdiri dari tiga jenis kegiatan besar, yakni *Above the Line* (ATL), *Below the Line* (BTL), dan *Through the Line* (TTL) dengan rincian capaian di tahun 2019 adalah sebagai berikut:

a. Kegiatan *Above the Line* (ATL)

- Pemasangan baliho vertical maupun horizontal “Stunting” dan “Isi Piringku” di 22 lokasi berbagai daerah Indonesia dengan total jangkauan 7.689.621 orang.

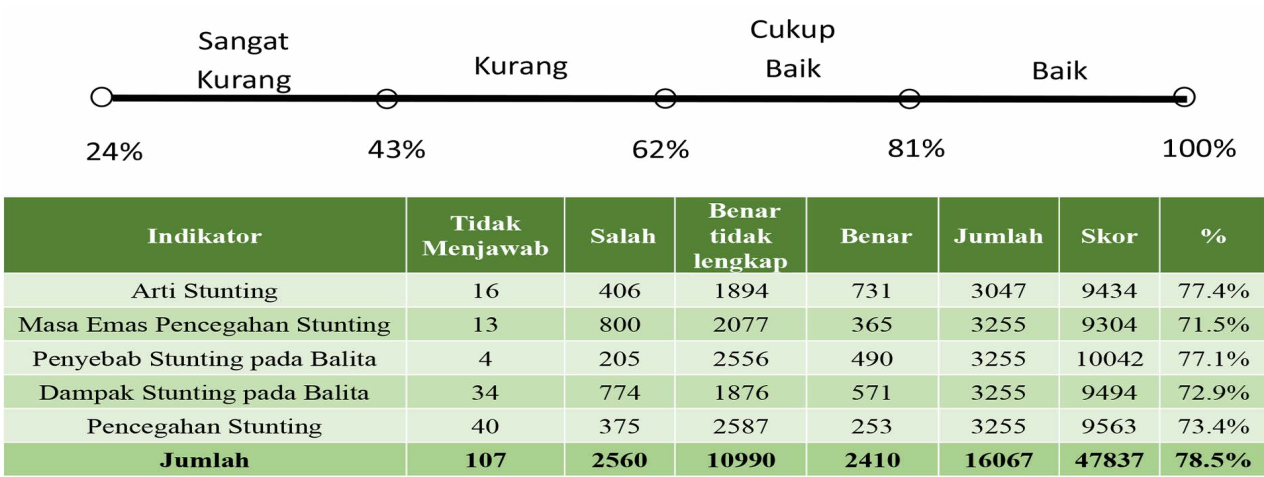
- Advetorial di 19 media cetak lokal di Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi dengan capaian 979.802 pembaca dan advertorial di Lion Magz dengan jumlah 4.800.000 pembaca.
 - Advetorial di 25 media online nasional maupun lokal dengan jumlah pembaca sebanyak 7.305.026 orang.
 - Radio Placement Group MRA pada 37 Stasiun Radio menjangkau 2.681.000 pendengar.
 - PSA Radio placement pada 21 radio di Jawa dengan jumlah pendengar 10.131.032 pendengar.
- b. Kegiatan *Below the Line* (BTL)**
- Forum sosialisasi Generasi Bersih dan Sehat (GENBEST) di 30 kab/ko dengan total peserta sebanyak 4.359 peserta.
 - Pertunjukan rakyat di 5 lokasi dengan jumlah penonton sebanyak 32.615 orang.
 - Forum diskusi/pertemuan di 6 lokasi dengan jumlah peserta sebanyak 792 orang.
- c. Kegiatan *Through the Line* (TTL)**
- Website Genbest sepanjang tahun 2019 telah menjangkau 74.506 pembaca.
 - Facebook dan Instagram @Genbest.id mencapai 10.131.032 reach dan 403.427 engagement.
 - Facebook dan Instagram @Infokompmk dengan capaian 47,246,556 reach dan 1.559.654 engagement.
 - Akun resmi LINE @kemkominfo dengan reach 9.406.296 dan engagement 8.879.
 - Capaian hashtag #Genbest, #Genbestid, #Genbest (kota), #Sadarstunting, #Cegahstuntingitupenting dengan capaian 4.730.920 reach dan 228.026 engagement.



Gambar 17. Capaian Sosialisasi Stunting 2019

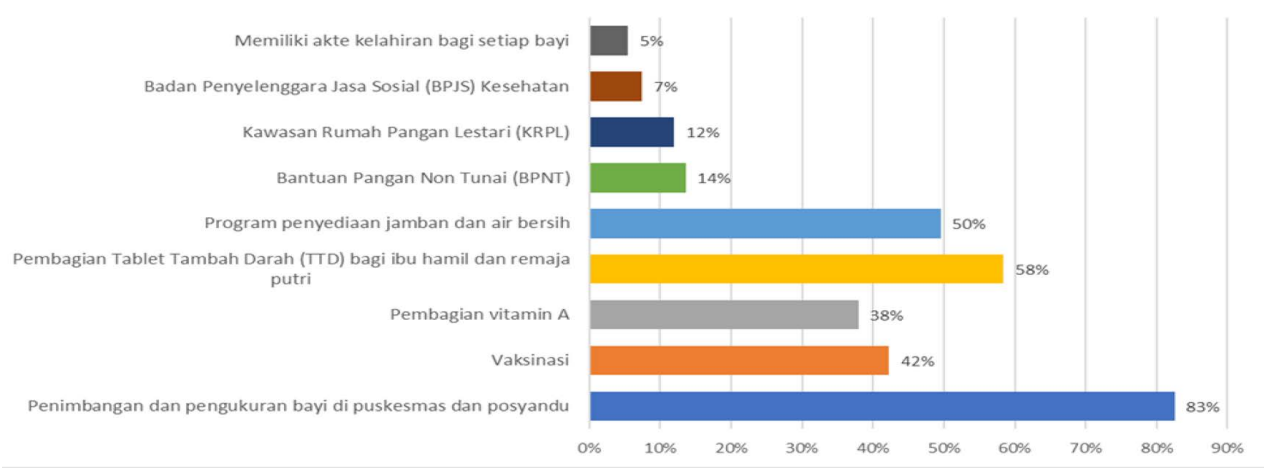
d. Pemahaman Masyarakat Terhadap Stunting

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan di 30 kab/kota pelaksanaan forum GENBEST, pemahaman masyarakat akan stunting mencapai 78,5 persen dan termasuk dalam kategori cukup baik.



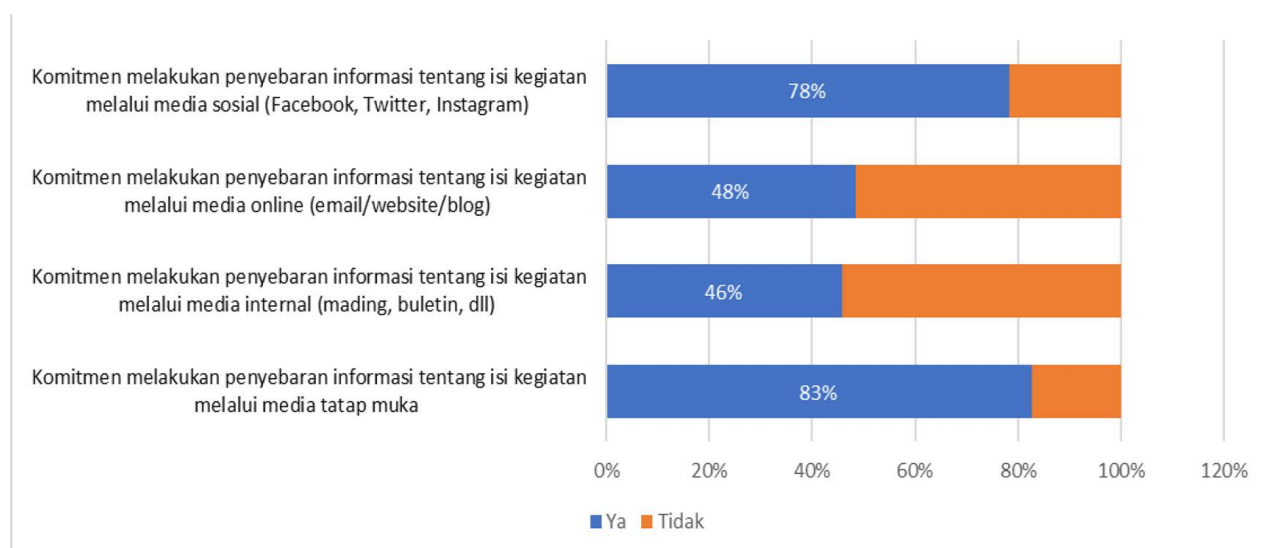
Tabel 15. Indikator Pemahaman Masyarakat Terhadap Stunting

Dari hasil survei, terlihat bahwa responden sudah mengetahui apa saja kegiatan pemerintah terkait pencegahan stunting, dapat dilihat dari persentase jawaban yang diberikan responden dimana sebanyak 84 persen masyarakat mengemukakan bahwa penimbangan dan pengukuran bayi di puskesmas dan posyandu, 58 persen responden menjawab pembagian tablet Tambah Darah (TTD) bagi ibu hamil dan remaja putri, dan 50 persen responden menjawab program penyediaan jamban dan air bersih termasuk dalam Kegiatan Pemerintah Terkait Pencegah Stunting.

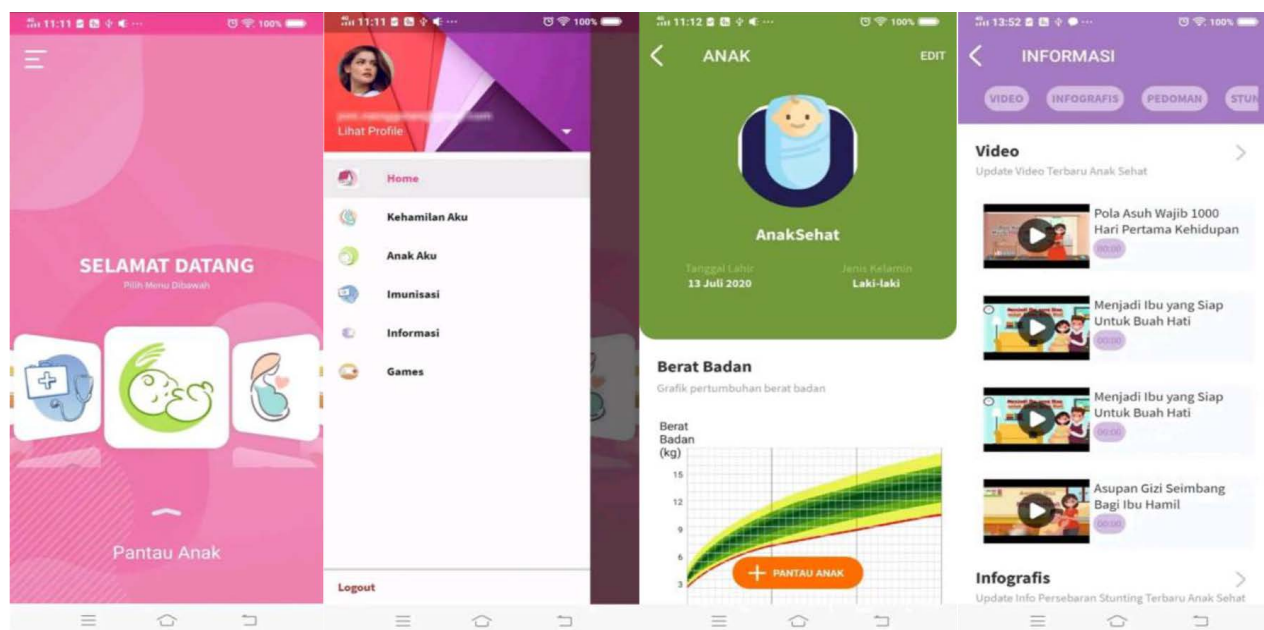


Gambar 18. Kegiatan Pemerintah Terkait Dengan Pencegahan Stunting

Setelah mengetahui seluk beluk mengenai stunting dan cara mencegahnya yang didapatkan melalui forum sosialisasi GENBEST, masyarakat berkomitmen untuk menyebarkan kembali informasi melalui berbagai cara. Sebanyak 83 persen responden berkomitmen melakukan penyebaran informasi tentang isi kegiatan melalui media tatap muka dan 78 persen lainnya berkomitmen melakukan penyebaran informasi tentang isi kegiatan melalui media sosial.



Gambar 19. Komitmen Masyarakat dalam Diseminasi Informasi



Gambar 20. Pemanfaat Teknologi Informasi (Aplikasi Genbest) untuk mengakselerasi diseminasi informasi khusus pencegahan stunting.

B.5. Direktorat Pengelolaan Media

Dalam mendukung capaian kinerja eselon 1 Direktorat Pengolahan Media melakukan inovasi pola pendekatan diseminasi yang lebih efektif, efisien, dan massif sesuai dengan tugasnya yang tercantum dalam Peraturan Menteri Kominfo No 6 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Kominfo, yaitu melaksanakan kebijakan,

pemberian bimbingan teknis dan supervisi, serta pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di bidang pengelolaan media online, cetak, audio visual, dan media sosial. Secara umum capaian kinerja Direktorat Pengelolaan Media tahun anggaran 2019 dapat tercapai, dengan rincian sebagai berikut:

No	Sasaran	Indikator Kinerja Kegiatan	Target	Capaian Kinerja	%
1	<i>Meningkatnya penyebaran, pemerataan, dan pemanfaatan informasi publik melalui media pemerintah</i>	1.Persentase pengelolaan informasi dan komunikasi publik yang terintegrasi	100%	Pengelolaan informasi dan komunikasi publik yang terintegrasi selama 12 Bulan (Indonesia Go Id, JPP, Infopublik, Indonesia Baik, GPR TV dan Komunika)	100%
		2.Persentase produksi konten informasi terkait program dan kebijakan pemerintah	100%	1.terselenggaranya FMB9 sebanyak 32 kali kegiatan; 2.Produksi konten audiovisual melalui GPR TV dengan jumlah 133 konten produksi inhouse	100%
		3.Persentase masyarakat wilayah terdepan, terluar, dan tertinggal (3T) yang mengetahui program dan kebijakan pemerintah melalui media pemerintah	80%	1. Terselenggaranya forum dan pertunjukan rakyat dengan kerjasama antara Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan DPR RI Komisi 1 sebanyak 8 kegiatan dengan jumlah audience 17.600 orang; 2. Pengiriman Komik Komunika ke wilayah 3T sebanyak 12 edisi 3. produksi konten audiovisual melalui GPR TV dengan jumlah penonton 910.000 orang	100%

				Survey yang dilaksanakan dalam rangka evaluasi GPR TV di 12% daerah 3T mendapatkan hasil 87% program GPR TV informatif bagi masyarakat.	
		4. Jumlah jangkauan, terpaan dan keterlibatan masyarakat (netizen) tentang informasi program prioritas pemerintah melalui internet	1. Jangkauan 50 juta; 2. Engagement 5 juta	1. 69.527.542 orang terjangkau 2. Engagement 6 juta	100%
		5. Peningkatan akses informasi publik melalui media yang dikelola Ditjen IKP (Indonesia Baik, JPP, Infopublik, FMB9)	10%	1. jumlah pemberitaan yang dihasilkan selama tahun 2019 dari kegiatan FMB9 sebanyak 2.004 pemberitaan; 2. jumlah konten yang dihasilkan selama tahun 2019 dari kanal JPP sebanyak 10.379 konten 3. jumlah konten yang dihasilkan selama tahun 2019 dari kanal Infopublik sebanyak 12.000 konten 4. jumlah konten yang dihasilkan selama tahun 2019 dari kanal Indonesia.go.id sebanyak 2.332 konten dengan 3.897.429-page views. 5. jumlah konten yang dihasilkan selama tahun 2019 dari media sosial Indonesiabaik sebanyak 1.030 konten	100%
2	Meningkatnya kemampuan pengelola media center daerah	Persentase media center daerah aktif yang berkontribusi mengirimkan berita ke infopublik.	70%	Sebanyak 149 dari 151 atau 98 % media center daerah aktif berkontribusi berita ke infopublik.	100%

3	<i>Jumlah pedoman acuan penyusunan konten</i>	1. Pedoman Konten Video Layak Broadcast	2 Dok	1 Dokumen	50%
		2. Pedoman Relasi Media dan Konferensi Pers	2 Dok	1 Dokumen	50%

Tabel 16. Capaian Perjanjian Kinerja Direktorat Pengelolaan Media Tahun 2019

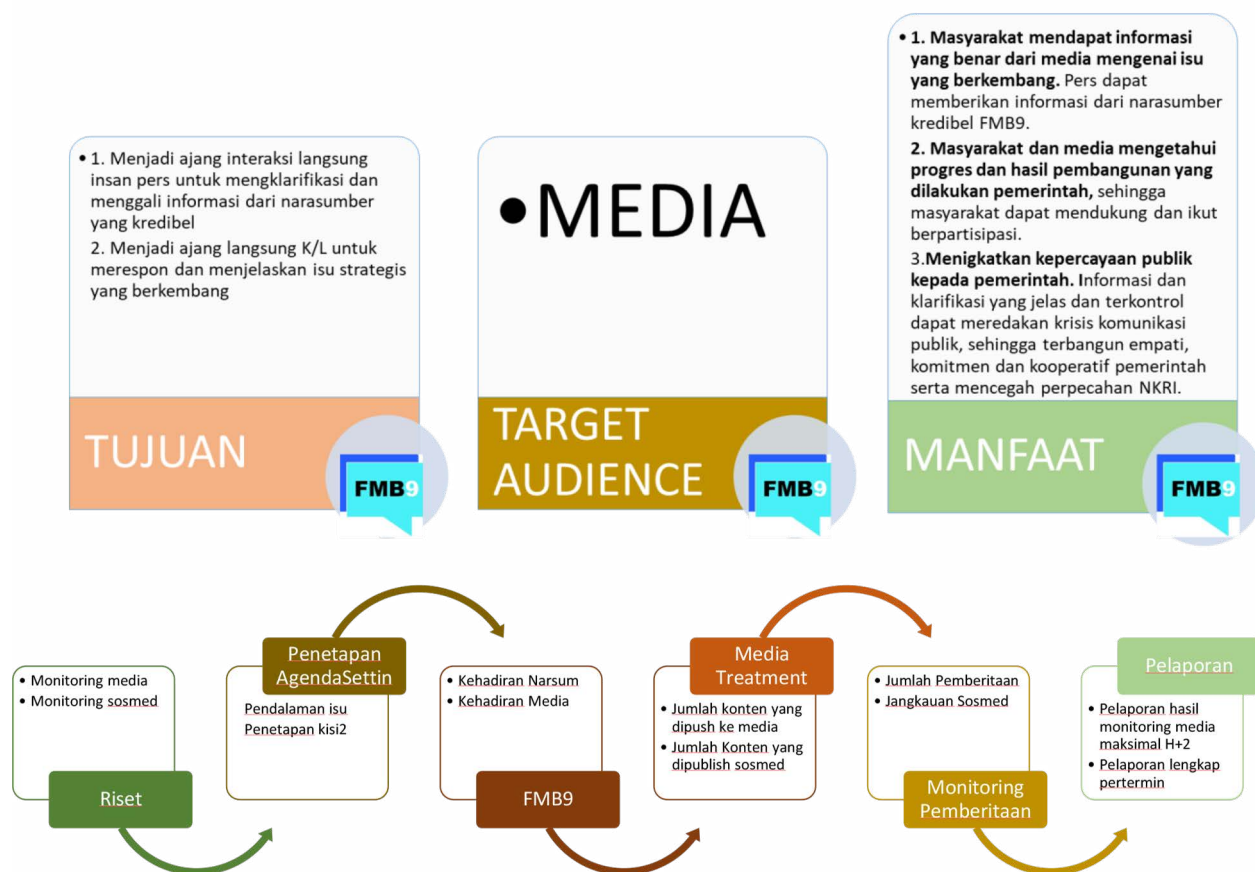
Capaian Khusus: Pengelolaan Owned Media

A. Program FMB9

Forum Merdeka Barat 9 (FMB9) adalah kanal/medium untuk mempertemukan media dengan narasumber pemerintah. Tujuan FMB 9 adalah untuk mengarusutamakan kebijakan dan program pemerintah agar dapat terdiseminasikan secara massif melalui media massa. Dengan cara tersebut, pemahaman dan dukungan masyarakat terhadap kebijakan dan program pemerintah diharapkan akan meningkat. Program FMB9 muncul dengan menggabungkan beberapa konsep komunikasi menjadi satu kesatuan, yaitu komunikasi dalam bentuk konferensi pers, komunikasi dalam bentuk diskusi publik, dan komunikasi sosial media. Tiga rangkaian komunikasi

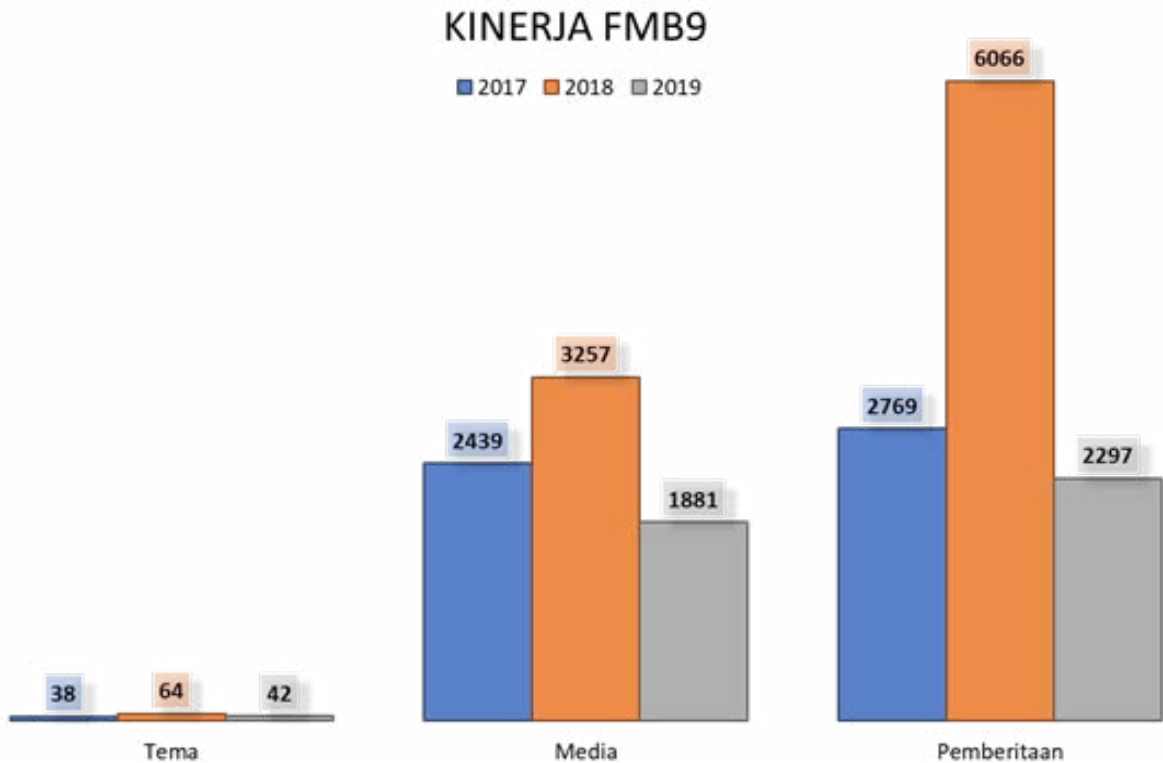
diperkuat dengan riset monitoring media dan analisis konten sebagai kekuatan narasi yang dihasilkan.

Sebagai ajang diskusi pemerintah sangat penting untuk menekankan arah diskusi mengalir, sehingga tujuan untuk dapat menyuarakan narasi pemerintah dapat dicapai. FMB9 sendiri menangani proses komunikasi dari hulu – hilir. Mulai dari aktivitas riset, penetapan agenda setting, penyelenggaraan diskusi terframing, pembuatan konten, publikasi konten, media *mainstream* dan *media social treatment*, hingga monitoring pemberitaan.



Gambar 21. Bisnis Proses Forum Merdeka Barat 9

Kinerja FMB9 dapat diukur dari keberhasilan jumlah penyelenggaraan, jumlah pemberitaan, tingkat kehadiran media dan nilai PR Values. Dari tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami kenaikan jumlah penyelenggaraan yang sangat signifikan, dari 38 kali penyelenggaraan meningkat menjadi 64 kali. Namun perbandingan tahun 2018 ke tahun 2019 terjadi penurunan jumlah penyelenggaraan. Hal ini salah satunya disebabkan oleh keterlambatan proses lelang yang berdampak pada pengurangan jumlah kuota penyelenggaraan.



Gambar 22. Kinerja FMB9 2017, 2018 dan 2019

Dilihat dari jumlah kehadiran media dan pemberitaan pun mengalami hal serupa dengan jumlah quota penyelenggaraan. Pengurangan jumlah quota sebanding dengan penurunan jumlah kehadiran media dan jumlah pemberitaan.



Gambar 23. PR Values FMB9 2017, 2018 dan 2019

Dari aspek alokasi anggaran juga mengalami penurunan dari tahun 2018 ke tahun 2019, yaitu dari total 6,9 miliar rupiah menjadi 5,2 miliar rupiah. Namun yang perlu dicermati adalah jumlah anggaran yang dikeluarkan setiap tahunnya bisa mendapatkan total *PR Values* yang cukup signifikan. Rata-rata capaian *PR Value* yang didapat mencapai

17 x dari jumlah anggaran yang dikeluarkan. Berdasarkan survei yang dilakukan akhir 2019 terhadap 200 wartawan didapatkan bahwa 58% wartawan mengenal baik Program FMB9, 40% cukup mengenal dan 2% kurang mengenal. Dari hasil ini dapat disimpulkan cukup banyak media yang sudah mengenal program FMB9. Kemudian dilihat dari tema yang diangkat melalui FMB9, 68% berpendapat baik, 27% cukup dan 5% kurang. Penentuan tematik ini sangat menentukan tingkat kehadiran media, jurnalis akan melihat apakah tematik tersebut layak untuk dapat ditayangkan dalam laman media mereka.

Faktor penentu tingkat kehadiran media lainnya adalah kehadiran narasumber. Dalam survei terbaca 66% wartawan mengatakan baik, 30% mengatakan cukup dan 4% mengatakan kurang. Selain tema, sosok narasumber sangat menentukan. Kemampuan menjelaskan dan penguasaan materi narasumber menjadi daya tarik tersendiri bagi wartawan.



Gambar 24. Forum Merdeka Barat 9 (FMB9) sebagai salah satu bentuk media relasi untuk menempatkan agenda program pemerintah tetap di arus pemberitaan media nasional

B. Indonesiabaik

Indonesiabaik merupakan kanal komunikasi publik pemerintah berbasis media sosial (ig, fb, ytb, tw) dan situs (indonesiabaik.id) yang dikelola pemerintah. Konten utama Indonesiabaik adalah data kinerja, program, dan kebijakan pemerintah yang dikemas dalam format grafis (infografis, motiongrafis, videografis, komik, & ebook). Target audiens Indonesiabaik adalah anak muda Indonesia (kaum milenial), dimana visi Indonesiabaik adalah “Menjadi Rujukan Utama Anak Muda tentang Data Pemerintah”. Kinerja Indoensiabaik selama 2019 antara lain;



Gambar 25. Capaian Indonesia Baik Tahun 2019

Dengan total konten mencapai 4.8 K+ yang terdiri dari infografis, ebook, komik, motiongrafis, videografis/clip, dan podcast Aktivitas keberhasilan lainnya dilakukan dengan aktivasi dan kolaborasi dengan beberapa komunitas yang memiliki peminatan yang sama, seperti;

- a. 500+ peserta peserta workshop/ pelatihan (SohibBerkelas) yang diselenggarakan secara online (via Whatsapp Group) dan offline di sejumlah daerah dengan melibatkan pelajar, mahasiswa, masyarakat umum, dan ASN
- b. 20+ Kementerian/Lembaga dalam rangka kreasi konten digital dan pengelolaan media sosial, termasuk publikasi event internasional seperti Asian Games 2018
- c. 20+ stakeholder, baik perguruan tinggi maupun organisasi dalam publikasi kegiatan dan event bagi generasi muda.

Survei Persepsi Publik Terhadap Indonesia Baik

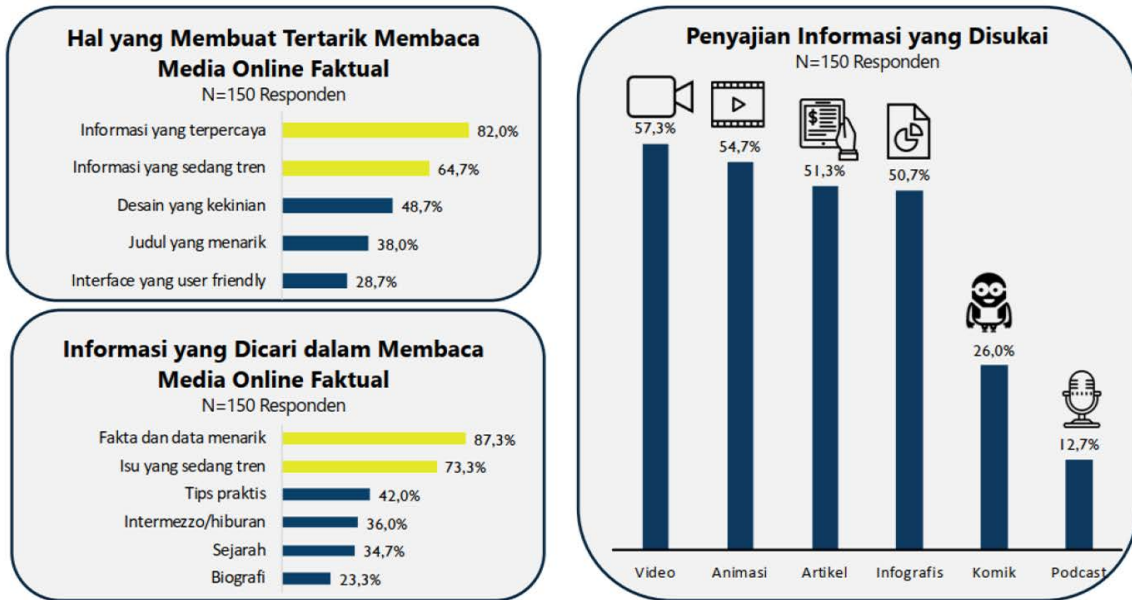
Dalam pelaksanaan survei persepsi publik terkait media sosial Indonesiabaik.id dilakukan dengan cara *face to face interview* dengan kriteria responden pria/wanita dengan rentang usia 15-39 tahun, memiliki dan aktif di media sosial, dan rutin membaca berita online dan tradisional. Jumlah total responden adalah sebanyak 150 orang dari 5 kota (Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, dan Makassar). Dimana komposisi responden tersebut 70 orang adalah *followers* akun media sosial Indonesiabaik.id dan 80 orang dipilih secara acak. Survei ini dilakukan untuk memahami profil *audience*, konten yang perlu dikembangkan, serta posisi dan peluang brand Indonesiabaik.

Dari hasil survei didapat 61% mengetahui keberadaan indonesibaik.id, dan 47% nya juga turut mem*follow* akun media social Indonesibaik.id. Beberapa alasan mem*follow* akun media sosial indonesiabaik.id antara lain; 76% karena Informasi yang disajikan dapat di percaya, 72% karena memuat informasi yang sedang *trend*, 59% desain yang kekinian, 40% judul yang menarik, dan 31% *interface* yang *user friendly*.

Dari sisi konten Indonesiabaik.id hal yang membuat masyarakat tertarik membaca media *online* karena faktor informasi yang terpercaya, informasi yang sedang trend, dan faktor teknis seperti desain kekinian, judul yang menarik dan *interface* yang *user friendly*. Sedangkan dilihat dari jenis informasi yang dicari adalah fakta dan data yang menarik, isu yang sedang *trend*, tips praktis, hiburan, sejarah dan biografi.

Konten yang Diinginkan

Masyarakat menyukai media online faktual yang menyajikan informasi dan fakta yang menarik, terpercaya, dan sedang tren.



© 2019

Sumber: MarkPlus Insight Analysis, 2019

Gambar 26. Harapan Publik Terhadap Konten Indonesia Baik

C. GPR TV

Program GPR TV muncul karena banyaknya aset konten pemerintah yang tidak terpusat dan tidak terdistribusi. Aset konten tersebut harus dapat dikelola untuk memenuhi setiap warga negara berhak mendapatkan informasi publik, termasuk di wilayah 3T. Untuk itulah tujuan dari GPR TV adalah menyebarkan informasi kebijakan, program, dan capaian kerja pemerintah (K/L/D) dari aset-aset konten pemerintah tersebut. Target utamanya adalah masyarakat Indonesia, terutama di wilayah terluar, terdepan, dan tertinggal (3T). GPR TV disiarkan secara *multiplatform* dengan jangkauan siaran hingga ke daerah 3T Indonesia, lebih dari 10 juta rumah tangga (39 juta penonton*) dengan menggunakan satelit China Sat-11, 98BT *frequency* 12500, *symbol rate* 43200, polar V.

Survei GPRTV

Dalam pelaksanaan survei persepsi publik mengenai GPR TV dilakukan dengan metode *purposive* sampling, yakni orang yang sudah pernah menonton siaran GPR TV dengan responden sebanyak 398 orang yang tersebar di 148 kab/kota di 27 provinsi.

Mekanisme survei dilakukan dengan pendekatan kuis dengan 25 pertanyaan. Tujuan dari survei ini diharapkan menghasilkan *insight* mengenai profil, perilaku menonton tv, dan persepsi pemirsa GPR TV.

Dari hasil survei diketahui bahwa masyarakat mengenal GPRTV sebagian besar (79%) secara tidak langsung, yaitu ketika mereka mengatur ulang perangkat parabola. Data ini menunjukkan belum adanya promosi optimal terkait GPR TV.



Gambar 27. Persepsi Responden Terhadap Siaran GPR TV

Kualitas siaran GPR TV dinilai baik oleh 41,2% responden, 30,7% menilai cukup baik dan 25,1% menilai sangat baik. Angka ini menyimpulkan bahwa secara kualitas siaran sudah sangat siap sehingga perlu dilakukan perbaikan dari sisi promosi GPR TV untuk meningkatkan jumlah penonton.



Gambar 28. Program Favorit Responden di GPR TV

Beberapa program GPR TV favorit responden antara lain; Indonesia update (26%), dari Istana (15%), Mozaik Indonesia (13%), wayangan (11%), Kabar Daerah (10%). Hal ini mengindikasikan ketepatan jenis program dan jam tayang. Dimana, jam tayang program-program premium tersebut adalah pada waktu *prime time* yang selaras dengan kecenderungan jam akses pemirsa GPR TV. Program Indonesia Update yang paling banyak diminati pemirsa selaras dengan kecenderungan jenis program yang diminati, yaitu berita. Namun demikian, program seperti Dari Istana, Mozaik Indonesia, Wayang dan Kabar Daerah memiliki potensi keterhubungan dengan pemirsa yang cukup tinggi, karena relative khas sebagai program GPRTV.



Gambar 29. GPR TV menghadirkan diversifikasi konten informasi publik melalui media online streaming dan satellite free to air.

B.6. Sekretariat Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik

Sekretariat Direktorat Jenderal Informasi Dan Komunikasi Publik merupakan Unit Kerja Eselon II di lingkungan Direktorat Jenderal Informasi Dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi Dan Informatika yang mempunyai tugas melaksanakan dukungan manajemen dan teknis lainnya kepada seluruh satuan organisasi di lingkungan Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik. Secara kelembagaan, Sekretariat Direktorat Jenderal Informasi Dan Komunikasi Publik berperan penting dalam mendukung organisasi secara teknis dan administratif dalam hal administrasi keuangan, aset negara, kepegawaian, perencanaan, pengawasan kinerja, hukum dan kerjasama.

Dasar penetapan kinerja untuk Perjanjian Kinerja di Sekretariat Direktorat Jenderal Informasi Dan Komunikasi Publik ialah mengacu kepada dokumen Perjanjian Kinerja eselon I di Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik. Capaian Setditjen IKP mempunyai kontribusi langsung terhadap capaian kinerja dalam perjanjian kinerja eselon I yang menjadi amanat bagi Sekretariat Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik berfokus pada dukungan manajerial serta pemantauan internal organisasi. Sesuai dengan tugas dan fungsi dalam melaksanakan dukungan manajemen dan teknis lainnya kepada seluruh satuan organisasi di lingkungan Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, berikut adalah capaian kinerja tahun anggaran 2019:

No	Sasaran	Indikator Kinerja Kegiatan	Target	Capaian Kinerja	%
1	<i>Layanan dukungan manajemen eselon I</i>	Jumlah dokumen perencanaan	100%	1. Renja 2019 2. PK Es I-IV 3. RKAKL 2019 4. RKAKL Pagu Indikatif 2019	100%

				5. RKAKL Pagu Definitif 2019	
		Jumlah Dokumen Monev dan Laporan Kinerja	100%	1. Lakip 2018 2. Manajemen Risiko PK Es 1 2019 3. Laporan Kinerja TW I - IV	100%
		Peningkatan Kualitas SDM	100%	Peningkatan Kemampuan Manajerial melalui pelatihan kepemimpinan (1x)	100%
2	<i>Produk Hukum terkait urusan IKP</i>	Jumlah dokumen Peraturan Perundang-undangan	2 Dok	1. Rancangan Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Tentang Hasil Pemetaan Urusan Pemerintah Dan Pedoman Nomenklatur Perangkat Daerah Bidang Komunikasi Publik; 2. Rancangan Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Tentang Petunjuk Teknis Jabatan Fungsional Pranata Hubungan Masyarakat	100%
3	<i>Produk Kerjasama terkait urusan IKP</i>	Jumlah dokumen kerjasama	1 Dok	Dok Perjanjian Kerjasama dengan Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan Kementerian	100%
3	<i>Peningkatan Tata Kelola Ditjen IKP</i>	<i>Nilai Reformasi Birokrasi (RB) Tahun 2019</i>	<i>>76</i>	Nilai Pengungkit Ditjen IKP 21,56% atau sebesar 91,82% dari nilai maksimal komponen pengungkit sebesar 23,5%	100%
		Nilai Akuntabilitas Kinerja (AKIP) Tahun 2019	> 67	(hasil penilaian belum keluar)	-
		Level Maturitas Penerapan SPIP Ditjen IKP Tahun 2019	3	3,052 (dengan tingkat maturitas "terdefinisi")	100%

		Nilai Pelaksanaan Anggaran Ditjen IKP Tahun 2019	> 94%	Nilai akhir Indikator Pelaksanaan Anggaran di bulan Desember: 91.15	96,9 %
		Batas Tertinggi Temuan Realisasi Anggaran Tahun 2019	<1%	(hasil penilaian belum keluar)	-
		Presentase (%) Penyelesaian Tindak Lanjut Hasil Pemeriksaan BPK di Lingkungan Ditjen IKP Berdasarkan Hasil Pemantauan Tindak Lanjut oleh BPK dan Itjen	a. Thn Berjalan: 80% b. Thn Sebelumnya 40%	Presentase tindak lanjut telah 100%	100%

Tabel 17. Capaian Kinerja Sekretariat Ditjen IKP Tahun 2019

Capaian Khusus

A. Reformasi Birokrasi

Simpulan hasil revidi penilaian Reformasi Birokrasi (RB) Tahun Anggaran 2019 di Ditjen IKP pada komponen pengungkit menunjukkan nilai 21,58 (dua puluh satu koma lima puluh delapan) atau sebesar 91,82% (sembilan puluh satu koma delapan puluh dua persen) dari nilai maksimal komponen pengungkit sebesar 23,5 (dua puluh tiga koma lima). Nilai tersebut adalah penilaian komponen pengungkit dengan rincian sebagai berikut:

No.	Komponen Penilaian	Bobot	Nilai PMPRB
1.	Manajemen Perubahan	2,50	2,22
2.	Penataan Peraturan Perundang-undangan	1,25	1,25

3.	Penataan dan Penguatan Organisasi	1,50	1,50
4.	Penataan Tatalaksana	2,00	1,88
5.	Penataan Sistem Manajemen SDM	3,50	3,40
6.	Penguatan Akuntabilitas	3,00	3,00
7.	Penguatan Pengawasan	5,25	3,99
8.	Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik	4,50	4,34
	Total Komponen Pengungkit	23,50	21,58

Tabel 18. Hasil Penilaian Mandiri Pelaksanaan Reformasi Birokrasi Ditjen IKP 2019

B. Tingkat maturitas SPIP Ditjen IKP

Sistem Pengendalian Intern Pemerintah merupakan suatu tindakan dan kegiatan yang dilakukan secara terus menerus oleh pimpinan dan seluruh pegawai untuk memberikan keyakinan memadai atas tercapainya tujuan organisasi melalui kegiatan yang efektif dan efisien, keandalan pelaporan keuangan, pengamanan aset negara, dan ketaatan terhadap peraturan perundang-undangan. Sesuai dengan PP Nomor 60 Tahun 2008, penilaian SPIP merupakan gabungan dari beberapa unsur, yaitu:

1. Lingkungan pengendalian
2. Penilaian risiko
3. Kegiatan pengendalian
4. Informasi dan komunikasi
5. Pemantauan pengendalian intern

Pada tahun 2019, hasil penilaian SPIP di Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik menunjukkan capaian pada tingkat level 3 atau “terdefinisi”. Tingkatan

ini dapat diartikan bahwa karakteristik penyelenggaraan SPIP secara umum telah mampu menerapkan praktik pengendalian intern dan terdokumentasi dengan baik.

Capaian tingkat implementasi pada level 3 merupakan ambang dari target nilai secara nasional yang ditetapkan pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019. Artinya secara kinerja Ditjen IKP sudah mampu memenuhi capaian yang telah ditetapkan dalam target capaian secara nasional. Hal-hal yang menjadi faktor pendukung terhadap pencapaian ini secara umum adalah berjalannya sistem pengawasan terkait aspek pengendalian disetiap unsur satuan kerja.

No	Fokus Penilaian	Tingkat Maturitas (0 s.d 5)	Bobot	Skor
1	Penegakan Integritas dan Nilai Etika	3	3,75%	0,113
2	Komitmen Terhadap Kompetensi	3	3,75%	0,113
3	Kepemimpinan yang kondusif	3	3,75%	0,113
4	Struktur Organisasi Sesuai Kebutuhan	4	3,75%	0,150
5	Pendelegasian Wewenang dan Tanggung Jawab yang Tepat	3	3,75%	0,113
6	Penyusunan dan Penerapan Kebijakan yang Sehat tentang Pembinaan SDM	3	3,75%	0,113
7	Perwujudan Peran APIP yang Efektif	3	3,75%	0,113
8	Hubungan Kerja yang Baik dengan Instansi Pemerintah Terkait	4	3,75%	0,113
9	Identifikasi Risiko	3	10,00%	0,300
10	Analisis Risiko	3	10,00	0,300
11	Reviu Kinerja	3	2,27%	0,068
12	Pembinaan Sumber Daya Manusia	3	2,27%	0,068
13	Pengendalian atas Pengelolaan Sistem Informasi	3	2,27%	0,068

14	Pengendalian Fisik atas Aset	3	2,27%	0,068
15	Penetapan dan Reviu Indikator	3	2,27%	0,068
16	Pemisahan Fungsi	3	2,27%	0,068
17	Otorisasi Transaksi dan Kejadian Penting	3	2,27%	0,068
18	Pencatatan yang Akurat dan Tepat Waktu	3	2,27%	0,068
19	Pembatasan Akses atas Sumber Daya dan Catatan	3	2,27%	0,068
20	Akuntabilitas Pencatatan dan Sumber Daya	3	2,27%	0,068
21	Dokumentasi yang baik atas Sistem Pengendalian Interen (SPI) serta transaksi dan Kejadian Penting	2	2,27%	0,045
22	Informasi	3	5,00%	0,150
23	Penyelenggaraan Komunikasi yang Efektif	3	5,00%	0,150
24	Pemantauan Berkelanjutan	3	7,50%	0,225
25	Evaluasi Terpisah	3	7,50%	0,225
Jumlah Skor		3,052		
Tingkat Maturitas		TERDEFINISI		

Tabel 19. Matriks Penilaian SPIP oleh Inspektorat Jenderal Kemkominfo Tahun 2019

BAB 4

PENUTUP



A. Kesimpulan

Hasil pencapaian lingkup Indikator Kinerja Program (IKP) di lingkup Eselon I Ditjen IKP sebagian besar telah memenuhi bobot 100%. Pencapaian di lingkup Eselon I tersebut mendukung (berkorelasi) terhadap pencapaian target Indikator Kinerja Kementerian (IKK) Kemkominfo. Kondisi itu menandakan bahwa capaian kinerja dilingkungan Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik secara umum sudah memenuhi target yang direncanakan.

No	Indikator Kinerja Sasaran Program Eselon I	Target 2019	Capaian Kinerja	Presentase Capaian
1	Presentase (%) Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Akses Informasi Publik Terkait Kebijakan dan Program Pemerintah	70%	79,3%	100
2	Presentase (%) Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Informasi Publik Terkait Kebijakan dan Program Pemerintah	70%	73,8	100



No	Indikator Kinerja Sasaran Program Kementerian	Target 2019	Capaian Kinerja	Presentase Capaian
1	Persentase (%) Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Informasi Publik Terkait Kebijakan dan Program Prioritas Pemerintah	70%	75%	100

B. Rekomendasi

1. Berdasarkan hasil survei persepsi, diseminasi informasi yang menargetkan masyarakat sebagai penerima informasi yang pasif dapat menggunakan media televisi, karena media ini masih dominan digunakan dan informasinya dipercaya oleh masyarakat;
2. Media sosial dapat digunakan sebagai media diseminasi kedua/ pendamping yang menguatkan dan memperkaya konten informasi yang sudah disampaikan di media konvensional. Ditambah dengan rata-rata masyarakat Indonesia mengakses gadget mereka adalah 4 jam sehari dan temuan dalam survei rata-rata responden mengakses media untuk mendapatkan informasi selama 21 s.d 60 menit dalam sehari;
3. Untuk diseminasi informasi dengan output aksi masyarakat (pencegahan stunting) dapat menggunakan media komunikasi interpersonal seperti penyuluh atau petugas posyandu ditingkat RT/RW yang dapat secara langsung berinteraksi dengan masyarakat dalam tempo waktu tertentu dengan mengelaborasi dengan isu-isu praktis di masing-masing daerah;
4. Indeks Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik yang telah diinisiasi oleh Balitbang-SDM kedepannya bisa ditetapkan secara resmi menjadi alat ukur keberhasilan dan *benchmark* pengelolaan informasi dan komunikasi publik secara nasional.

Referensi

Undang-Undang No.14 Tahun 2018 Tentang Keterbukaan Informasi Publik

Undang-Undang (UU) No. 17 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) tahun 2005-2025

Peraturan Presiden (Perpres) No. 54 Tahun 2015 tentang Kementerian Komunikasi dan Informatika

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) No. 6 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 21 Tahun 2016. Perubahan terhadap sasaran dan indikator dalam Renstra Kemkominfo Tahun 2015—2019

Instruksi Presiden No.9 Tahun 2015 Tentang Pengelolaan Komunikasi Publik.

Edelman Trust Barometer 2019 Global Result:

https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-03/2019_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report.pdf?utm_source=website&utm_medium=global_report&utm_campaign=downloads

Survei Akses dan Kualitas Informasi Publik Terkait Isu Prioritas Nasional Pada Masyarakat Tahun 2019: <https://bit.ly/SurveyPersepsi2019>

Lampiran Realisasi Keuangan Tahun Anggaran 2019:

NO.	UNIT KERJA	PAGU DIPA	REALISASI S/D BULAN DES	
			Rupiah	%
059.07.09	Program Pengembangan Informasi dan Komunikasi Publik			
4140	Direktorat Tata Kelola dan Kemitraan Komunikasi Publik	30.430.000.000	30.328.442.586	99,67
4141	Direktorat Informasi dan Komunikasi Perekonomian dan Maritim	37.000.000.000	36.897.990.539	99,72
4142	Direktorat Pengelolaan Media	41.000.000.000	39.902.341.100	97,32
4143	Direktorat Informasi dan Komunikasi Pembangunan Manusia dan Kebudayaan	45.816.880.000	45.667.346.704	99,67
4144	Direktorat Informasi dan Komunikasi Politik, Hukum, dan Keamanan	105.300.000.000	102.648.741.494	97,48
3051	Sekretariat Direktorat Jenderal IKP	65.557.437.000	59.178.561.896	90,27
	JUMLAH DITJEN IKP	325.104.317.000	314.623.424.319	96,78



KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
REPUBLIK INDONESIA