



Peranan Komunikasi sebagai Sarana Edukasi di Ruang Publik

Freddy H. Tulung

Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik





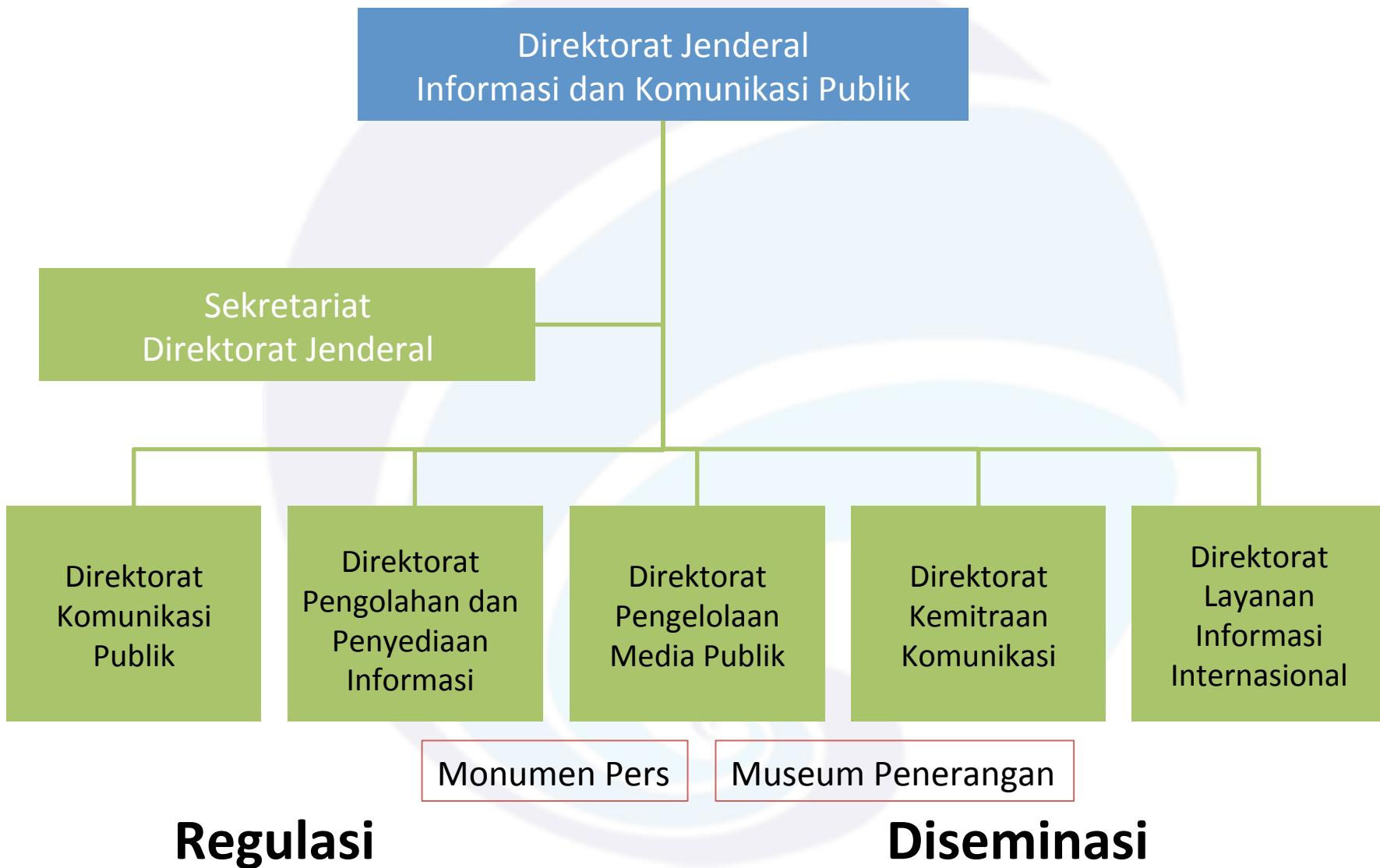
Profil

Direktorat Jenderal

Informasi dan Komunikasi Publik



STRUKTUR ORGANISASI DITJEN INFORMASI DAN KOMUNIKASI PPUBLIK





Tugas dan Fungsi



Regulasi



Diseminasi



Pembinaan SDM

Jabatan Fungsional
Pranata Humas

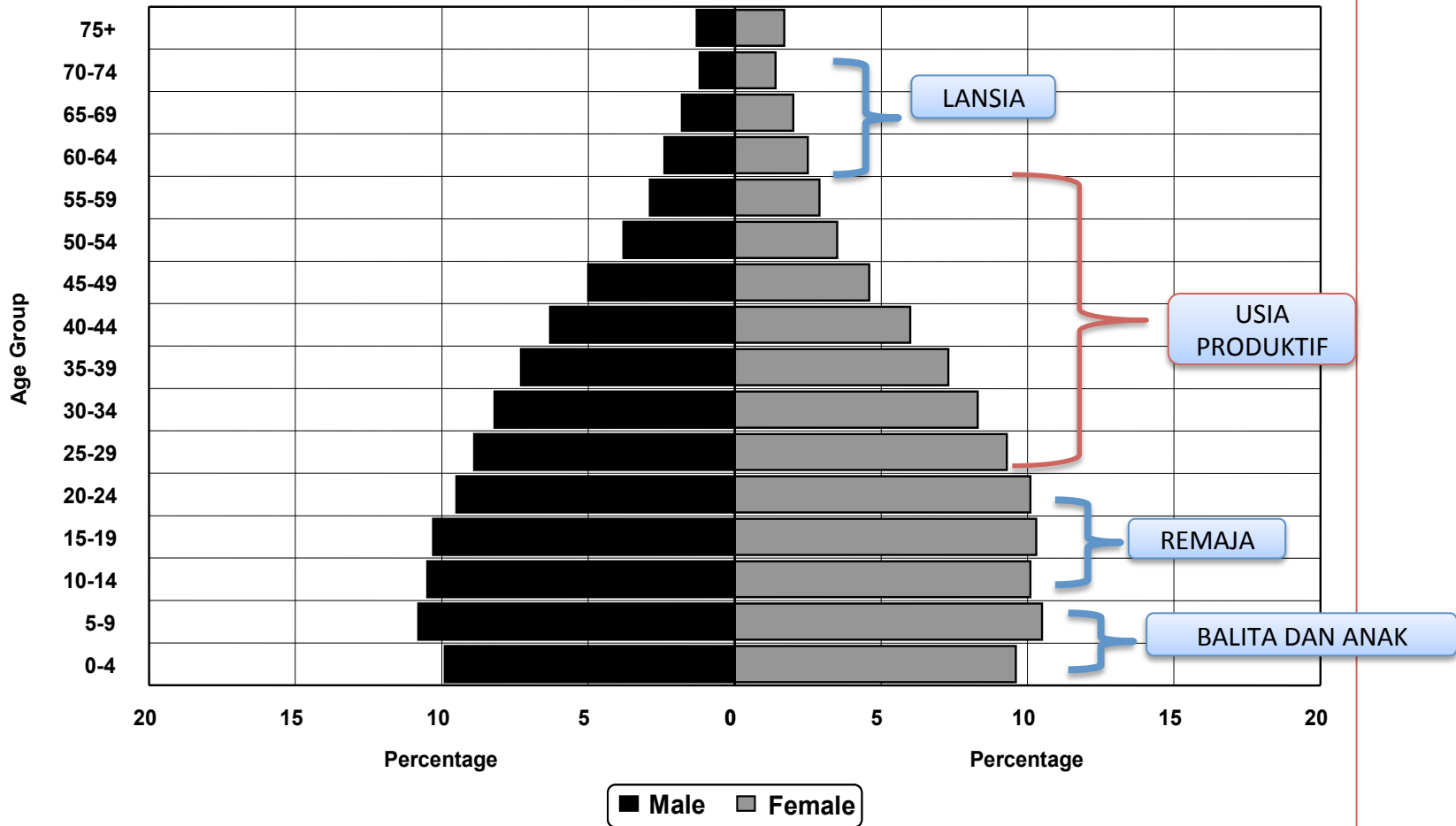


ANALISA SITUASI



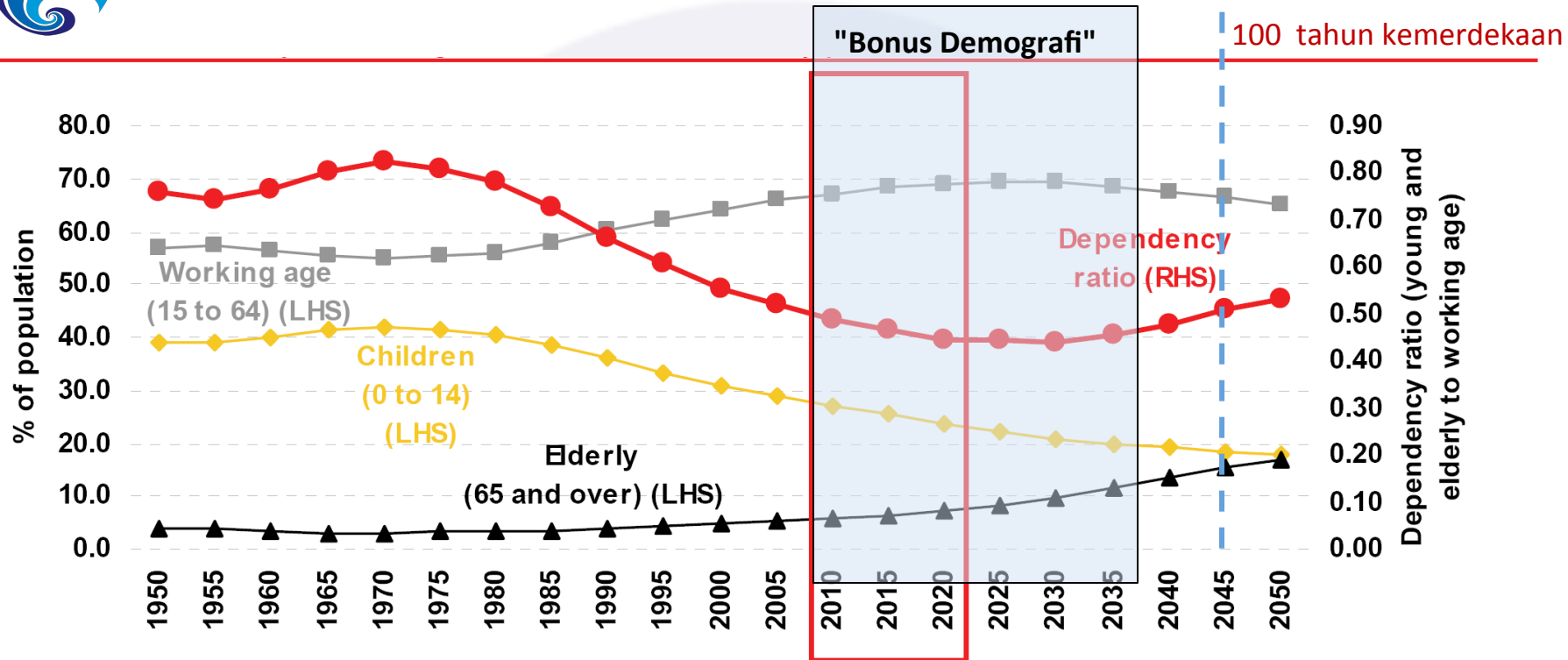
Piramida Penduduk Indonesia

(Sensus Penduduk 2010)





Tantangan dan Peluang Bonus Demografi



SDM
Usia Produktif
Melimpah



- Melek Teknologi
- Melek Informasi
- Melek Media



Penetrasi Media di Indonesia

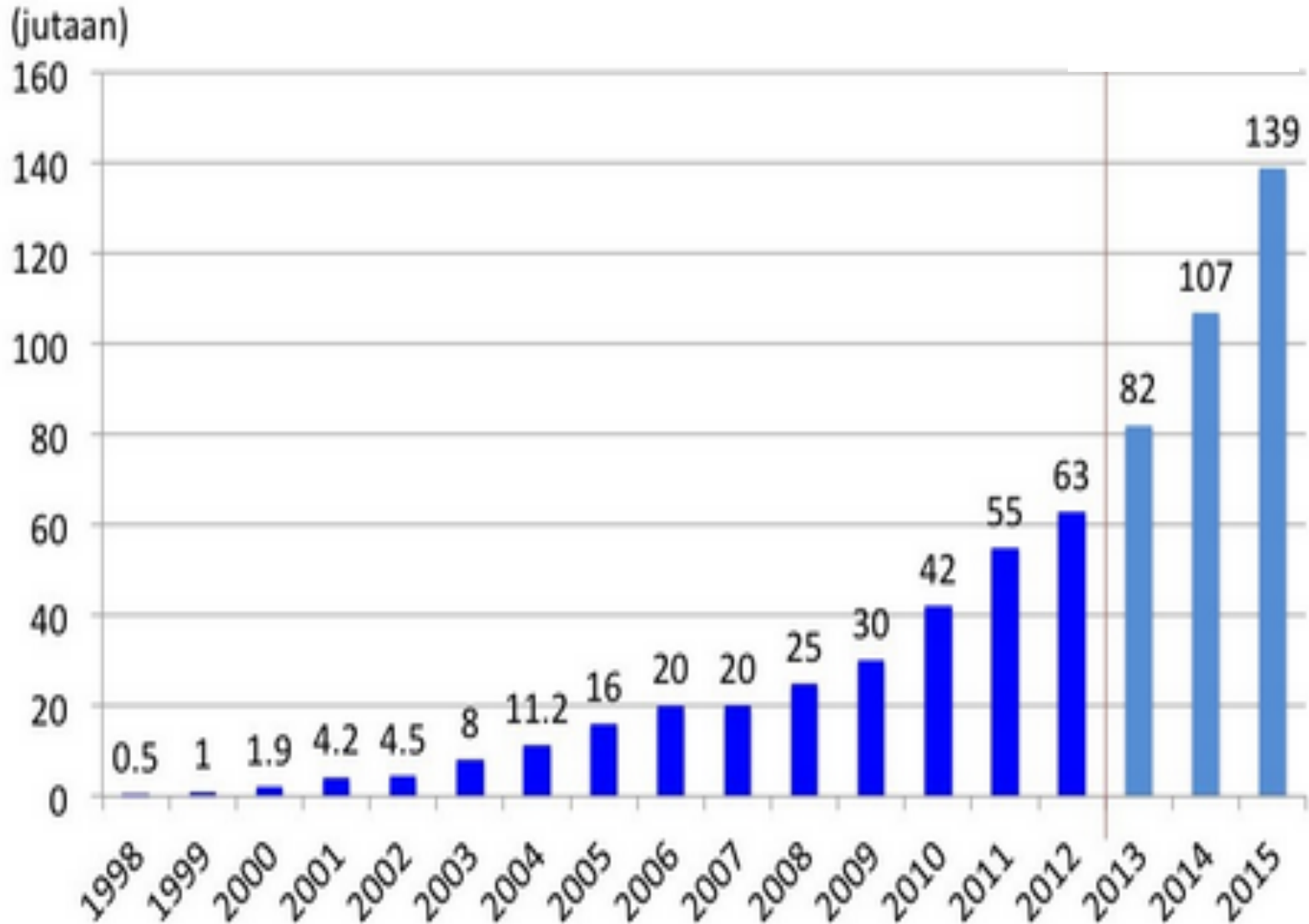


Media	Penetrasi
Telepon Selular	112%
Televisi	95%
Radio	47%
Internet	29%
Surat Kabar	25%
Smartphone	14%
Majalah	13%

- Penetrasi *smartphone* (14%) di Indonesia masih terbilang rendah, tapi tingkat keaktifan dan keterikatan penggunaanya terhadap perangkat *mobile* terbilang tinggi.
- Tiap satu pengguna *handphone* rata-rata memiliki tiga *SIM card*.



Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII), 2014



Internet dan Pertumbuhan Ekonomi

- Kontribusi internet terhadap perekonomian Indonesia mencapai 1,6 persen dari PDB – melebihi kontribusi dari ekspor peralatan elektronik (1,5%), *liquefied natural gas* (1,4%), dan kayu serta produk manufaktur lainnya (1,4%) – (Deloitte Access Economics Estimates).
- Setiap peningkatan 10% penetrasi *broadband* menyumbang pertumbuhan ekonomi sebesar 1,3%. (Estimasi World Bank).



Pembangunan Infrastruktur Komunikasi untuk Meningkatkan Akses Informasi

- Masyarakat Indonesia memiliki akses informasi yang relatif bagus karena pembangunan infrastruktur komunikasi -> Palapa Ring
- Ada kesenjangan antara keterampilan dalam menggunakan *gadget*/TI dengan tingkat pemakaian *gadget*/TI untuk kepentingan produktif.
- Terjadi pola perubahan komunikasi: Komunikasikan vs. Komunikator, Newsmaker vs. Newsgetter, Ruang Privat vs. Ruang Publik.
- Akses negatif dalam penggunaan internet: pornografi, radikalisme, judi, *human trafficking*, transaksi narkoba, penipuan, dan sebagainya.



Perilaku Komunikasi Warga

Sekitar 95% pengguna internet memiliki akun media sosial

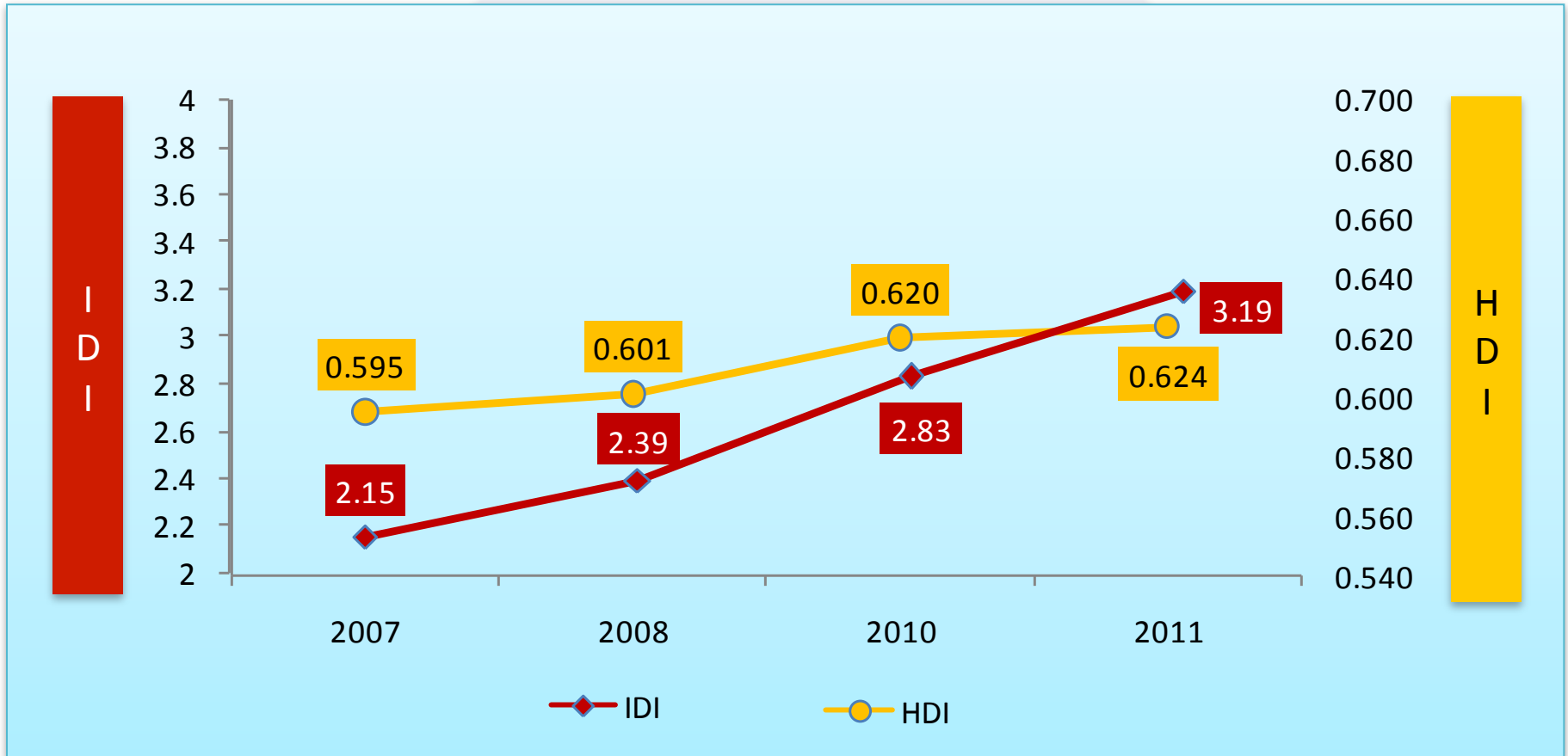
Cara warga berkomunikasi di media sosial belum sepenuhnya disikapi dengan perilaku yang santun dalam sebuah negara beradab

Informasi yang beredar di media *non-mainstream* cenderung bebas, kasar, sering di luar kepatutan, dan kurang beretika

Proses komunikasi yang terjadi di alam demokrasi ini bisa mengarah ke hal-hal yang destruktif



ICT Development Index (IDI) Vs. Human Development Index (HDI)



ICT Development Index (IDI): 0 (Buruk) – 10 (Baik)
Human Development Index (HDI): 0 (Buruk) - 1 (Baik)

Sumber: Diolah dari ITU dan UNDP



Infrastruktur Menjadi Primadona

Index ICT yang berkembang pesat ternyata tidak berbanding lurus dengan tingkat kesejahteraan masyarakat yang tercermin dalam Index Pembangunan Manusia (*Human Development Index*).

Ini menunjukkan bahwa pembangunan ICT lebih menitikberatkan pada infrastruktur sementara pengembangan isi (*content*) terabaikan.



Potret **Capaian dan Proyeksi**



DIREKTORAT KOMUNIKASI PUBLIK

Tugas: Melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria, serta pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang komunikasi publik



Kebijakan, Strakom, dan Standarisasi Komunikasi Publik



PPID
(34 Kementerian, 36 Lembaga,
24 Prov, 151 Kab, 40 Kota)



Pembinaan jabatan fungsional pranata humas

- Regulasi: mendorong terciptanya konten media yang berisi 3E+1N.
- Mempersiapkan SDM yang profesional dan terjamin karirnya sebagai pelaksana GPR.
- Menjamin terlaksananya demokratisasi dan transparansi dengan terbentuknya PPID di seluruh Badan Publik.
- Menyiapkan 8.000 JFPH menjadi 15.000 JFPH



DIREKTORAT PENGOLAHAN DAN PENYEDIAAN INFORMASI

Tugas: Melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria, serta pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang pengolahan dan penyediaan informasi



Monitoring Isu Publik
(12 media cetak, 5 media online, 5 stasiun televisi)



Paket Informasi



Telepon Sahabat Anak
(TeSA) 129



*Database Informasi Publik
Bidang Perekonomian,
Polhukam & Kesra.*

- Memperkuat dan mengembangkan Database yang mendukung Visi dan Misi Kabinet Kerja.
- Pengembangan monitoring Isu Publik melalui Media Sosial.



DIREKTORAT PENGELOLAAN MEDIA PUBLIK

Tugas: Melaksanakan Penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria serta pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang media publik



Portal Informasi InfoPublik



Media Center
(170 media center)



Tabloid Komunika
(Terbit setiap 2 minggu)



M-Pustaka
(73 Mobil + 15 Motor)



Jurnal Dialog Kebijakan Publik
(Terbit setiap 3 bulan)



PSO Informasi publik
(LKBN Antara)

Melaksanakan Konvergensi Media serta Meperkuat peran Media Center dan M-Pustaka sebagai ujung tombak pelaksanaan GPR



DIREKTORAT KEMITRAAN KOMUNIKASI

Tugas: Melaksanakan Penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria serta pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang kemitraan komunikasi dan hubungan masyarakat pemerintah



KIM, FK Metra
(3.687 Kelompok)



Bakohumas
(Pengorganisasian,
Pertemuan Regional/
Nasional, Anugerah Media
Humas)



Kemitraan (MOU)
(19 K/L + 13 Negara)



Literasi media dan
jurnalisme warga

- Mengembangkan kemitraan dengan kelompok strategis yang mendukung terwujudnya Indonesia sebagai Poros Maritim.
- Melaksanakan kemitraan dengan kelompok strategis di daerah tertinggal, daerah terpencil, daerah terdepan, daerah konflik, dan daerah rawan bencana.



DIREKTORAT LAYANAN INFORMASI INTERNASIONAL

Tugas: Melaksanakan Penyiapan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria serta pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang pelayanan informasi internasional



Layanan Informasi WNA di dalam dan luar negeri (Handbook of Indonesia & Majalah Friends of Indonesia)



Second Track Diplomacy



Forum internasional

- Meningkatkan Perlindungan terhadap WNI/TKI melalui komunikasi dan diseminasi Informasi yang mencerdaskan, yang memberdayakan, dan yang mencerahkan.



Tantangan ke Depan



Ditjen IKP sebagai pelaksana *Government Public Relations (GPR)*

DEFINISI GPR: Pengelolaan komunikasi dan reputasi yang berkelanjutan untuk memperoleh pemahaman dan kepercayaan publik terhadap kredibilitas pemerintah.

PERAN DAN FUNGSI GPR



MANAJEMEN
REPUTASI



Edukasi
Publik



Diseminasi
Informasi



Aspirasi
Publik

TUJUAN GPR: MEMPEROLEH KEPERCAYAAN dan LEGITIMASI PUBLIK

Terbentuknya Ketahanan Sosial/Social Resilience
Melalui Masyarakat Informasi



Isu Strategis



Pengalihan subsidi
BBM ke Sektor
Produktif



Penanggulangan
kemiskinan dan
ketersediaan
lapangan kerja



ASEAN Community
2015



Pelaksanaan BPJS
Kesehatan dan BPJS
Ketenagakerjaan



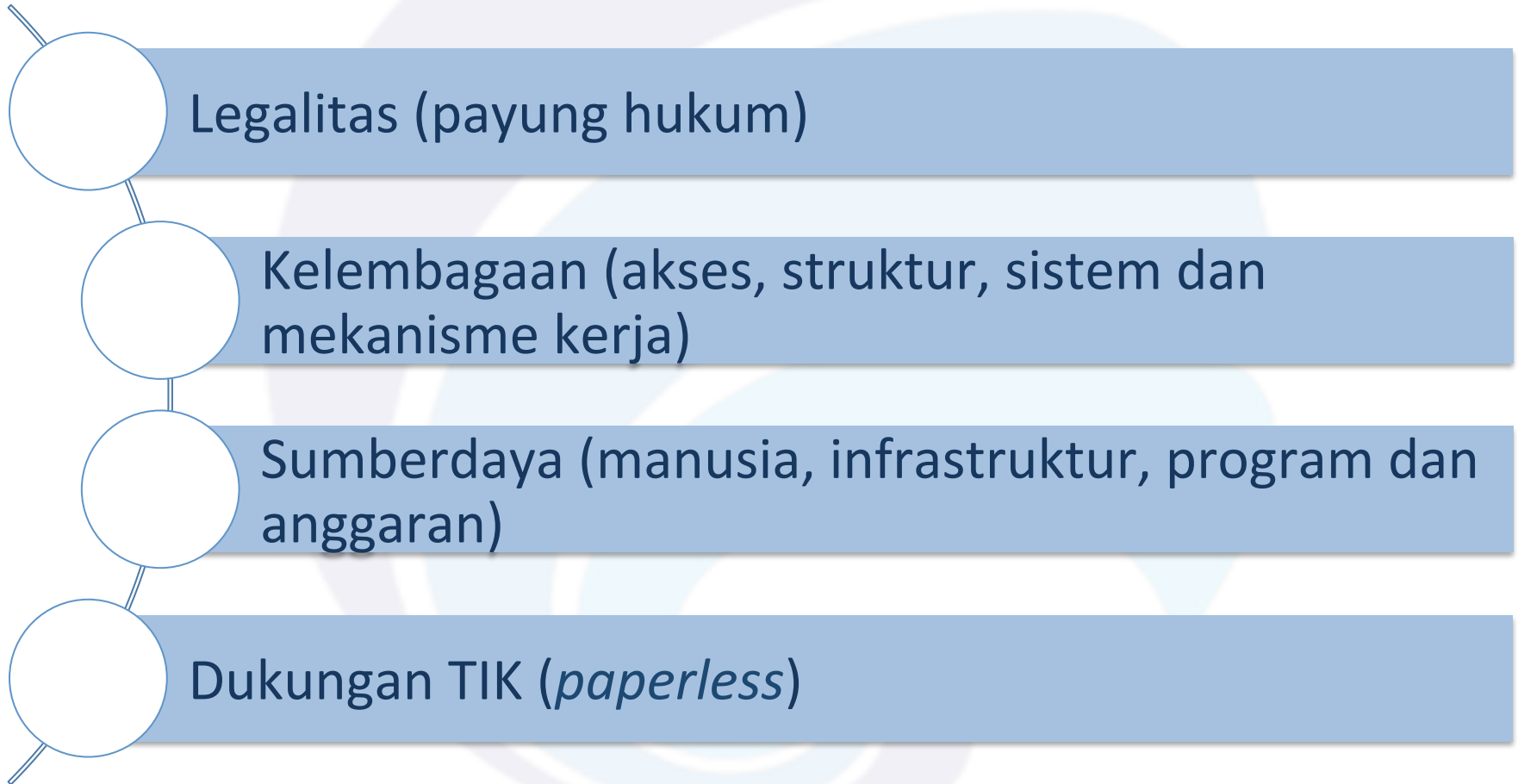
Menangkap Peluang
Bonus Demografi
Indonesia



Isu Pembangunan di
Papua



Dukungan dan Syarat Sukses





TERIMA KASIH