LAPORAN AKTUALISASI

(Optimalisasi Publikasi Live Streaming dari Ruang Sidang DPR RI Lewat Trailer Video Promosi di Sosmed TVR Parlemen)

Disusun oleh:
Nama: Viona Margareth E Matullessya, S.I.Kom
NIP: 199703252022022001
Jabatan: Jurnalis
Unit Kerja: Televisi dan Radio Parlemen

PELATIHAN DASAR CPNS ANGKATAN VI
PUSAT PENDIDIKAN DAN PELATIHAN
SEKRETARIAT JENDERAL DPR RI
2022

LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN AKTUALISASI

(Optimalisasi Publikasi Live Streaming dari Ruang Sidang DPR RI Lewat Trailer Video Promosi dl Sosmed TVR Parlemen)

Disusun oleh:

Nama	: Viona Margareth E Matullessya, S.I.Kom
NIP	: 199703252022022001
Jabatan	: Jurnalis
Unit Kerja	: Televisi dan Radio Parlemen

Peserta Diklat,

(Viona Margareth Elisabeth Matullessya, S.I.Kom)
NIP. 199703252022022001

Mentor,	Goach,
M. Ibnurkhalid, S.Pd	Muhammad Haqiki Noviar, S.P, M.M
196802271997031022	19910524018011001

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberkati dan menyertai, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir Aktualisasi ini dengan baik. Laporan ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat dalam rangka memenuhi tugas Peserta Pelatihan Dasar CPNS Golongan III Angkatan IX Tahun 2022 di Sekretariat Jenderal DPR RI.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kepala Kepala Pusat Pendidikan dan Pelatihan Sekretariat Jenderal DPR RI, Ibu Dr. Dewi Barliana S., M.Psi., QIA;
2. Bapak Dr. Indra Pahlevi, S.IP., M.Si. selaku Kepala Biro Pemberitaan Parlemen;
3. Bapak M. Najib Ibrahim, S.Ag., M.H. selaku Kepala Bagian TVR Parlemen;
4. Ibu Endah Sri Lestari, S.H., M.Si, selaku Penguji dalam Rancangan Aktualisasi ini,
5. Bapak M. Ibnurkhalid, S.Pd selaku Mentor saya dalam Rancangan Aktualisasi kali ini sekaligus Kepala Sub Bagian Radio
6. Bapak Selo Hidayat, S.Kom. selaku Kepala Sub Bagian Teknik Televisi;
7. Bapak Mochamad Meinuzur Widhi Nugroho, S.A.P. selaku Kepala Sub Bagian Program dan Produksi Televisi
8. Mas Muhammad Haqiki Noviar, S.P, M.M selaku coach yang telah memberikan arahan dalam pelaksanaan kegiatan aktualisasi ini;
9. Panitia pelaksana Pelatihan Dasar CPNS Golongan II Angkatan VIII Tahun 2022 di Sekretariat Jenderal DPR RI;
10. Seluruh Widyaiswara yang telah memberikan pembelajaran dan banyak ilmu kepada kami;
11. Keluarga yang terus mendukung dan mengirimkan doa
12. Rekan–rekan pendidikan dan pelatihan dasar CPNS Setjen DPR RI Angkatan IX atas kebersamaan, ide, dan semangat selama proses pendidikan ini;
13. Serta seluruh pihak yang terlibat dan tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa laporan aktualisasi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu Penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan laporan aktualisasi yang akan datang. Akhir kata semoga Laporan Aktualisasi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak pada umumnya dan pegawai Sekretariat Jenderal DPR RI pada khususnya.

Jakarta, 12 September 2022

Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar 1

Daftar Isi 2

Daftar Tabel 4

Daftar Gambar 5

BAB I PENDAHULUAN 6

- **A. Latar Belakang** 6
- **B. Dasar Hukum** 8
- **C. Tujuan** 9
- **D. Manfaat** 10

BAB II PROFIL ORGANISASI DAN JABATAN 11

- **A. Visi dan Misi Unit Kerja** 11
- **B. Struktur Organisasi** 12
- **C. Tugas dan Fungsi Jabatan Peserta** 13

BAB III PENETAPAN ISU PRIORITAS 15

- **A. Identifikasi Isu** 15
  - **A.1 Belum Optimalnya Promosi Program Live Streaming dari Ruang Rapat DPR RI di Media Sosial TVR Parlemen** 15
  - **A.2 Belum Adanya Perencanaan Baku Konten Mingguan di Media Sosial TVR Parlemen** 19
  - **A.3 Belum Adanya Evaluasi Kinerja Mingguan Sosial Media TVR Parlemen** 21
- **B. Penetapan Isu Prioritas** 22
  - **B.1 Teknik Analisis Isu** 22
  - **B.2 Pemilihan Isu Prioritas** 24
- **C. Penentuan Penyebab Terjadinya Isu** 25
- **D. Gagasan Pemecahan Isu** 26

BAB IV RANCANGAN AKTUALISASI 27

- **A. Rancangan Aktualisasi** 27
- **B. Jadwal Kegiatan** 36

BAB V PELAKSANAAN AKTUALISASI 39

- **A. Jadwal Kegiatan Aktualisasi** 39
- **B. Penjelasan Tahapan Kegiatan** 41
  - **B.1 Mengumpulkan data terkait gagasan kreatif** 41

B.2 Mengumpulkan Bahan Terkait Gagasan Kreatif 49
B.3 Proses produksi gagasan kreatif berupa video promosi 53
B.4 Quality control dan posting ke sosial media 56
B.5 Evaluasi hasil video promosi 59
B.6 Penyusunan Laporan Akhir Aktualisasi 63
C. Stakeholder 65
D. Kendala dan Strategi Menghadapi Kendala 66
E. Analisis Dampak 67
F. Perubahan Sebelum dan Sesudah Aktualisasi 67
BAB VI PENUTUP 73
A. KESIMPULAN 73
B. SARAN 74
Daftar Pustaka 75

Daftar Tabel

Tabel 3. 1 Parameter Penilaian Isu Prioritas..... 23
Tabel 3. 2 Matrik Pemilihan Isu Prioritas dengan Analisis USG..... 24

Tabel 4. 1 Matrik Rancangan Aktualisasi Pelatihan Dasar CPNS 27
Tabel 4. 2 Matrik Jadwal Rencana Kegiatan Aktualisasi 36
Tabel 5. 1 Matrik Jadwal Realisasi Aktualisasi 39
Tabel 5. 2 Kendala dan Strategi Menghadapi Kendala..... 66
Tabel 5. 3 Tabel Perubahan Sebelum dan Sesudah Aktualisasi 67

Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Struktur Organisasi TVR Parlemen 13

Gambar 3. 1 Belum Ada Promosi Live dari Ruang Sidang di Instagram TVR Parlemen..... 16
Gambar 3. 2 Penonton Live Streaming Rapat DPR RI Cenderung Sedikit..... 17
Gambar 3. 3 Belum Adanya Time Schedule Mingguan untuk Postingan di Sosmed TVR Parlemen 20
Gambar 3. 4 Laporan Perkembangan Sosial Media Masih Berupa Capture Gambar Salah Satu Postingan..... 22
Gambar 3. 5 Penentuan Penyebab Terjadinya Isu dengan Metode Fishbone 25

Gambar 5. 1Evidence Konsultasi dengan Mentor terkait Gagasan Kreatif 41
Gambar 5. 2 Evidence Riset Media Sosial dari Media Lain..... 42
Gambar 5. 3 Evidence Diskusi dengan Tim Sosial Media 44
Gambar 5. 4 Evidence Proses Pencarian Arsip..... 45
Gambar 5. 5 Evidence Koordinasi dengan Koordinator Sosial Media TVR terkait Sumber Arsip..... 46
Gambar 5. 6 Prime Time Instagram TVR di Hari Selasa 47
Gambar 5. 7 Prime Time Instagram TVR di Hari Rabu..... 47
Gambar 5. 8 Evidence Agenda yang Dipilih untuk Dijadikan Video Trailer..... 48
Gambar 5. 9 Evidence dengan Mentor Terkait Rapat yang Dipilih untuk Dijadikan Video Trailer..... 49
Gambar 5. 10 Evidence Penulisan Script..... 50
Gambar 5. 11 Evidence Pemilihan Timecode..... 51
Gambar 5. 12 Koordinasi dengan Editor TVR Parlemen 53
Gambar 5. 13 Template Thmbnail di Sosial Media 54
Gambar 5. 14 Evidence Koordinasi terkait Caption..... 55
Gambar 5. 15 Quality Control Video dengan Koordinator Sosial Media..... 56
Gambar 5. 16 Quality Control dengan Produser Sosmed TVR..... 57
Gambar 5. 17 Evidence Postingan di Tiktok 57
Gambar 5. 18 Evidence Postingan di Instagram 58
Gambar 5. 19 Engagement Video Trailer di Instagram..... 59
Gambar 5. 20 Engagement Video Trailer di Tiktok 60
Gambar 5. 21 Grafik Jumlah Penayangan di Bulan Agustus 61
Gambar 5. 22 Grafik Jumlah Peningkatan Subscriber di Bulan Agustus 61
Gambar 5. 23 Grafik Jumlah Waktu Tonton Video di Bulan Agustus 62
Gambar 5. 24 Rating Video dengan Penayangan Tertinggi di Agustus 62
Gambar 5. 25 Evidence Bahan-Bahan Penyusunan Aktualisasi 63
Gambar 5. 26 Evidence Diskusi dengan Mentor Terkait Laporan Akhir Aktualisasi 64
Gambar 5. 27 Evidence Penyusunan Laporan Aktualisasi..... 64

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aparatur Sipil Negara mempunyai peran yang amat penting dalam rangka menciptakan masyarakat madani yang taat hukum, berperadaban modern, demokratis, makmur, adil, dan bermoral tinggi dalam menyelenggarakan pelayanan kepada masyarakat secara adil dan merata, menjaga persatuan dan kesatuan bangsa dengan pebuh kesetiaan kepada Pancasila dan Undang-Undang Dasar Tahun 1945. Kesemuanya itu dalam rangka mencapai tujuan yang dicita-citakan oleh bangsa Indonesia.

Oleh karena itu, perlu dibangun ASN yang memiliki integritas, profesional, netral dan bebas dari intervensi politik, bersih dari praktik KKN, serta mampu menyelenggarakan pelayanan publik bagi masyarakat dan mampu menjalankan peran sebagai unsur perekat persatuan dan kesatuan bangsa berdasarkan Pancasila dan UUD NRI Tahun 1945.

Dalam rangka melaksanakan transformasi pengelolaan ASN untuk menuju pemerintahan berkelas dunia, diluncurkan nilai dasar (core values) ASN BerAKHLAK dan employer branding ASN “Bangga Melayani Bangsa” yang diatur dalam Surat Edaran Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 20 Tahun 2021 tentang Implementasi Core Values dan Employer Branding Aparatur Sipil Negara. Nilai dasar ASN BerAKHLAK (Beriorientasi Pelayanan, Akuntabel, Harmonis, Loyal, Adaptif dan Kompeten) berperan sebagai panduan berpikir, bertutur, dan berperilaku ASN untuk menguatkan budaya kerja dan mendorong pembentukan karakter ASN yang professional.

Dalam upaya percepatan transformasi digital, Presiden RI, Bapak Joko Widodo memberikan 5 arahan. Salah satunya adalah pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM). Penilaiannya dapat ditinjau dari etis dalam mengakses media digital (*digital ethics*), budaya menggunakan digital (*digital culture*), menggunakan media digital dengan aman (*digital safety*), dan kecakapan menggunakan media digital (*digital skills*).

Digital skills merupakan kemampuan individu dalam mengetahui, memahami, dan menggunakan perangkat keras dan piranti lunak TIK serta sistem operasi digital dalam kehidupan sehari-hari. Digital safety merupakan kemampuan user dalam mengenali, mempolakan, menerapkan, menganalisis, menimbang dan meningkatkan kesadaran perlindungan data pribadi dan keamanan digital dalam kehidupan sehari-hari.

Digital culture merupakan kemampuan individu dalam membaca, menguraikan, membiasakan, memeriksa, dan membangun wawasan kebangsaan, nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika dalam kehidupan sehari-hari dan digitalisasi kebudayaan melalui pemanfaatan TIK.

Sementara itu, *digital ethics* merupakan kemampuan individu dalam menyadari, mencontohkan, menyesuaikan diri, merasionalkan, mempertimbangkan, dan mengembangkan tata kelola etika digital (*netiquette*) dalam kehidupan sehari-hari. SMART ASN menerapkan 8 prinsip, yaitu integritas, nasionalisme, profesionalisme, wawasan global, IT dan bahasa asing, *hospitality, networking* dan *enterpreneurship*.

Dalam lanskap informasi, media digital menyatukan pengguna Internet dari beragam budaya dan kelompok usia. Media digital juga digunakan oleh siapa saja yang berbeda latar pendidikan dan tingkat kompetensi. Unit kerja TVR Parlemen tidak bersinggungan langsung secara fisik kepada masyarakat. Namun program-program yang TVR tayangkan merupakan bentuk pelayanan TVR kepada masyarakat. Program-program ini akan menjadi sumber informasi masyarakat terhadap kebijakan-kebijakan apa yang sedang dirancangkan pemerintah dan sejauh mana Wakil mereka di DPR menyuarakan hak-haknya.

Maka menjadi penting apabila program-program ini tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Hal ini sebagai bentuk orientasi pelayanan yang dilakukan TVR terhadap masyarakat. Selain itu seorang ASN juga diharapkan adaptif terhadap perubahan yang ada, apabila dahulu kala konten promosi cenderung kepada Baliho, Poster, dsb. Saat ini promosi lebih mengarah kepada sosial media, maka seorang ASN harus mampu adaptif terhadap kehadiran sosial media dan apa yang sedang ramai dibicarakan di sana serta bagaimana memanfaatkan hal tersebut untuk mencapai tujuan mempromosikan konten TVR.

Selain itu dengan mampu memecahkan sebuah masalah dengan memanfaatkan teknologi yang ada, maka layaklah disebut sebagai Smart ASN. Ketika seorang mampu untuk Mengembangkan dan memodifikasi informasi, data, dan konten serta Mampu mengembangkan diri lewat penggunaan media digital. Hal ini berkaitan dengan diri sendiri sesuai dengan passion, minat, hobi, profesi, dll. Maka orang tersebut dapat dikatakan memiliki kompetensi literasi digital.

Dalam dunia pertelevisian, sebenarnya media sosial digunakan sebagai ajang promosi program. Dalam dunia pertelevisian terdapat dua jenis promosi yakni Promosi *On Air*, yaitu adalah bentuk promosi program ataupun korporat televisi yang ditayangkan di stasiun televisi itu sendiri. Sedangkan Promosi *Off Air* adalah bentuk promosi suatu stasiun televisi yang dilakukan di luar stasiun televisi tersebut, melibatkan media promosi lainnya seperti *event, banner*, dll.

Hal ini dapat pula diterapkan oleh Media Sosial TVR Parlemen, dalam hal ini konten-konten yang tersaji di media sosial TVR Parlemen, harus lebih banyak mengenai program TVR Parlemen itu sendiri. Adanya promosi program-program di sosial media diharapkan dapat mendongkrak viewers program di TVR Parlemen. Melihat kondisi yang ada saat ini, penulis menyusun Rancangan Aktualisasi berjudul, “Optimalisasi Pengelolaan Promosi Tayangan Live Rapat DPR RI di Media Sosial TVR Parlemen”.

B. Dasar Hukum

Untuk mewujudkan birokrasi yang profesional dalam menghadapi tantangan-tantangan tersebut, pemerintah melalui UU Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara telah bertekad untuk mengelola aparatur sipil negara menjadi semakin professional. Undang-undang ini merupakan dasar dalam manajemen aparatur sipil negara yang bertujuan untuk membangun aparat sipil negara yang memiliki integritas, profesional dan netral serta bebas dari intervensi politik, juga bebas dari praktek KKN, serta mampu menyelenggarakan pelayanan publik yang berkualitas bagi masyarakat.

Sesuai yang diamanatkan dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara, Calon PNS (CPNS) wajib menjalani masa percobaan selama 1 tahun sebelum diangkat sebagai PNS. Selama masa percobaan tersebut, CPNS mengikuti serangkaian program pelatihan dasar (Latsar) yang bertujuan untuk

membentuk PNS profesional yang berkarakter; memiliki sikap perilaku bela negara, memegang teguh nilai dasar PNS dan memahami kedudukan dan peran PNS untuk mendukung terwujudnya Smart Governance, serta menguasai bidang tugasnya sehingga mampu melaksanakan tugas dan perannya secara profesional sebagai pelayan masyarakat.

Undang-Undang ASN mencoba meletakkan beberapa perubahan dasar dalam manajemen SDM. Pertama, perubahan dari pendekatan personel administration yang hanya berupa pencatatan administratif kepegawaian kepada human resource management yang menganggap adalah sumber daya manusia dan sebagai aset negara yang harus dikelola, dihargai, dan dikembangkan dengan baik. Kedua, perubahan dari pendekatan closed career system yang sangat berorientasi kepada senioritas dan kepangkatan, kepada open career system yang mengedepankan kompetisi dan kompetensi ASN dalam promosi dan pengisian jabatan. UU ASN juga menempatkan pegawai ASN sebagai sebuah profesi yang harus memiliki standar pelayanan profesi, nilai dasar, kode etik dan kode perilaku profesi, pendidikan dan pengembangan profesi, serta memiliki organisasi profesi yang dapat menjaga nilai-nilai dasar profesi.

C. Tujuan

Adapun tujuan umum yang ingin dicapai dalam Rancangan Aktualisasi Pelatihan Dasar (Latsar) CPNS DPR RI kali ini adalah peserta mampu mengaktualisasikan Nilai-Nilai Dasar CPNS, Manajamen ASN dan Smart ASN dalam menyelesaikan isu yang ada di Unit Kerja TVR Parlemen bagian Media Sosial. Dalam hal ini dengan adanya analisis isu dan gagasan pemecahan masalah yang diusung dapat memberiikan dampak yang baik terhadap perkembangan unit kerja dan mendorong capaian visi misi unit kerja.

Adapun tujuan khusus dalam Pelatihan Dasar (Latsar) CPNS DPR RI kali ini adalah meningkatkan *brand awareness* terhadap DPR RI dan TVR Parlemen khususnya terhadap program “Live dari Ruang Sidang” agar lebih dikenal oleh khalayak dan diharapkan dapat meningkatkan engagement dari tiap media social yang dimiliki oleh TVR Parlemen.

D. Manfaat

Adapun manfaat aktualisasi bagi saya sebagai seorang CPNS di lingkungan Sekretariat Jendral DPR RI adalah meningkatkan kompetensi saya terutama dalam menerapkan Nilai-Nilai Dasar ASN Ber-AKHLAK, Manajemen ASN dan Smart ASN di lingkungan kerja saya sebagai seorang Jurnalis di TVR Parlemen.

BAB II
PROFIL ORGANISASI DAN JABATAN

A. Visi dan Misi Unit Kerja

Sekretariat Jenderal DPR RI merupakan unsur penunjang DPR, yang berkedududukan sebagai Kesekretariatan Lembaga. Dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2020 tentang Setjen DPR RI yang menggantikan Perpres Nomor 27 Tahun 2015 tentang Setjen dan BK DPR RI menyatakan bahwa Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia yang selanjutnya disebut Sekretariat Jenderal adalah aparatur pemerintah yang di dalam menjalankan tugas dan fungsinya berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Pimpinan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR).

Visi Sekretariat Jenderal DPR RI adalah terwujudnya Sekretariat Jenderal DPR RI yang profesional, andal, transparan, dan akuntabel dalam mendukung fungsi DPR RI. Sedangkan misi Sekretariat Jenderal DPR RI yaitu, pertama, meningkatkan tata kelola administrasi dan persidangan yang profesional, andal, transparan dan akuntabel. Kedua, memperkuat peran keahlian yang
professional, andal, transparan dan akuntabel.

Dalam Peraturan Sekretariat Jenderal (Persekjen) DPR RI Nomor 6 tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal DPR RI Pasal 157, Bagian Televisi dan Radio Parlemen mempunyai tugas melaksanakan urusan pengelolaan televisi dan radio. Pada pasal 158, dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam pasal 157, Bagian Televisi dan Radio menyelenggarakan fungsi antara lain, penyusunan rencana kegiatan dan anggaran Bagian Radio dan Televisi Parlemen, pengelolaan program dan produksi televisi, pengelolaan teknik televisi, dan pengelolaan radio, pelaksanaan urusan tata usaha Bagian Televisi dan Radio Parlemen, dan pelaporan pelaksanaan tugas dan fungsi kepada Biro Pemberitaan Parlemen. Secara umum, Televisi dan Radio Parlemen adalah unit produksi televisi dan radio siaran terbatas di bawah Biro Pemberitaan Parlemen Sekretariat Jenderal DPR RI.

Televisi Parlemen diresmikan pada tanggal 8 Januari 2007 oleh ketua DPR RI HR Agung Laksono. Pada Januari 2017, Televisi Parlemen berubah nama menjadi Televisi dan Radio Parlemen. Televisi dan Radio Parlemen secara bertahap telah

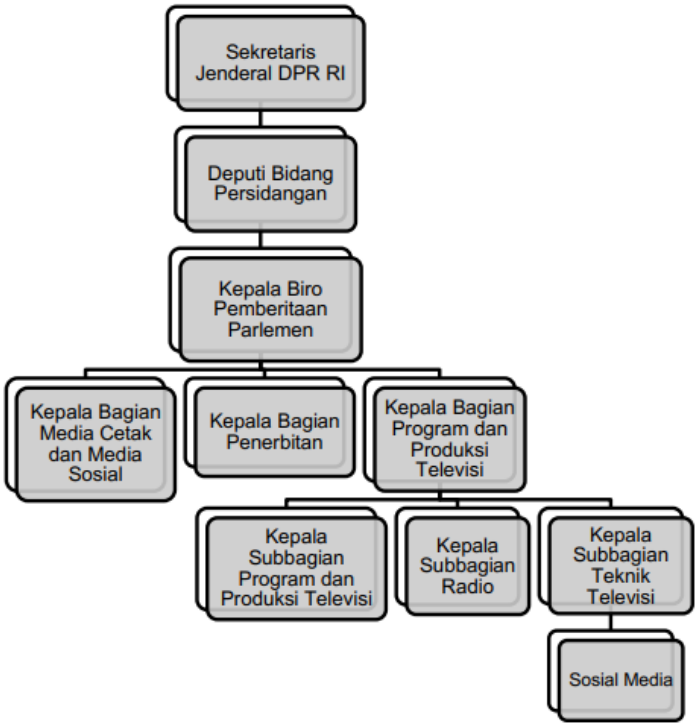
memulai kegiatan operasional berupa siaran langsung rapat paripurna, peliputan kegiatan rapat-rapat komisi, dan Alat Kelengkapan Dewan lainnya, serta memproduksi program acara dialog atau *talkshow*. Siaran Televisi dan Radio Parlemen dapat dinikmati

melalui jaringan televisi di lingkungan gedung DPR RI Senayan Jakarta dan live streaming melalui situs www.tvrparlemen.dpr.go.id. Sedangkan Radio Parlemen memulai siaran streaming perdana pada 4 Februari 2017. TVR Parlemen juga pernah melakukan kerjasama produksi dengan beberapa TV Nasional untuk program sosialisasi DPR dalam bentuk berita (*news*) dan dialog (*talkshow*), diantaranya dengan TVRI (Informasi Seputar Parlemen, Parlemen News, Bersama Wakil Rakyat, dan Teras Senayan), TV ONE (Pariwara Parlemen), dan Metro TV (Public Corner).

Secara umum, tugas dan fungsi Bagian Televisi dan Radio Parlemen adalah menyebarluaskan informasi yang berkaitan dengan pemikiran, kebijakan, kegiatan dan keputusan-keputusan parlemen kepada seluruh rakyat Indonesia dan dunia luar; Menampung dan menginformasikan aspirasi, tanggapan dan harapan masyarakat kepada parlemen; Meningkatkan pemahaman dan praktek demokrasi yang sehat dan bermanfaat bagi kehidupan bangsa, negara dan masyarakat serta mencerdaskan kehidupan bangsa, terutama dalam pendidikan politik masyarakat.

B. Struktur Organisasi

Dalam Peraturan Sekretariat Jenderal (Persekjen) DPR RI Nomor 6 tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal DPR RI pasal 159, bagian televisi dan radio parlemen terdiri atas Subbagian Program dan Produksi Televisi, Subbagian Teknik Televisi, dan Subbagian Radio. Berikut ini adalah bagan alur koordinasi Bagian Televisi dan Radio Parlemen:



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi TVR Parlemen

C. Tugas dan Fungsi Jabatan Peserta

Melaksanakan peliputan kegiatan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, serta Sekretariat Jenderal DPR RI sesuai dengan pedoman yang berlaku agar pelaksanaan tugas berjalan lancar. Adapun uraian tugas yang dilakukan seorang jurnalis adalah:

a. Menyusun konsep kerangka acuan kerja terkait pelaksanaan kegiatan berdasarkan rencana kerja yang telah ditetapkan oleh Kepala Bagian
b. Menyusun konsep pedoman atau aturan terkait pelaksanaan peliputan kegiatan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan Sekretariat Jenderal
c. Melakukan analisis terhadap perkembangan berita tentang DPR RI
d. Meliput kegiatan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, serta Sekretariat Jenderal DPR RI untuk bahan penyusunan press release
e. Menyusun konsep press release kepada atasan
f. **Mengklarifikasi berita negatif tentang kinerja dewan**
g. **Mengumpulkan dan mengelolah data serta informasi sebagai bahan penyusunan artikel**

h. **Menyusun artikel terkait Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, serta Sekretariat Jenderal DPR RI**

i. Menyusun konsep telaahan staf terkait pelaksanaan peliputan kegiatan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan Sekretariat Jenderal

j. Menyusun konsep laporan kinerja unit kerja secara berkala maupun setiap waktu diperlukan

k. Membuat konsep laporan kegiatan sesuai dengan prosedur sebagai laporan kinerja pelaksanaan tugas

l. Melaksanakan tugas lain terkait yang diberikan oleh atasan

BAB III
PENETAPAN ISU PRIORITAS

A. Identifikasi Isu

A.1 Belum Optimalnya Promosi Program Live Streaming dari Ruang Rapat DPR RI di Media Sosial TVR Parlemen

a. Deskripsi Isu

Distribusi konten TVR Parlemen masih menjadi salah satu pergumulan unit yang berada di bawah Biro Pemberitaan Parlemen ini. Pasalnya, salah satu fungsi dari TVR Parlemen adalah menyiarkan kegiatan-kegiatan DPR RI kepada masyarakat. Dalam artian, konten-konten TVR Parlemen akan menjadi acuan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi seputar DPR. Namun, pada kenyataannya, tayangan-tayangan di TVR Parlemen yang saat ini masih berkutat pada media streaming, belum mendapat atensi yang maksimal dari masyarakat.

Padahal, instansi DPR RI merupakan instansi yang pemberitaannya dinanti-nantikan oleh masyarakat. Masyarakat masih menjadikan media mainstream dalam hal ini TV Nasional, Radio Nasional dan Media Sosial sebagai sumber informasinya. Dimana pada hakikatnya setiap media sudah memiliki agenda setting untuk rapat redaksi mingguan maupun harian dan memiliki framing tersendiri terhadap isu yang diangkat. Pada umumnya, berita-berita yang laku di pasaran adalah berita buruk seputar DPR RI.

Tugas TVR Parlemen adalah mengcounter pemberitaan tersebut dan memberitakan fakta yang sebenarnya bahwa tidak selamanya stereotip yang diberikan media mainstream terhadap DPR adalah benar. TVR Parlemen sendiri memiliki Tim Media Sosial untuk mempromosikan konten-konten TVR Parlemen. Menjadi bagian dari Tim Sosial Media TVR Parlemen sejak Juni 2022 membuat saya tertantang untuk memberikan sedikit masukkan demi kemajuan dan promosi program-program TVR Parlemen.

Dalam dunia pertelevisian, sebenarnya media sosial digunakan sebagai ajang promosi program. Dalam dunia pertelevisian terdapat dua jenis promosi yakni Promosi *On Air*, yaitu adalah bentuk promosi program ataupun korporat televisi yang ditayangkan di stasiun televisi itu sendiri. Sedangkan Promosi *Off Air* adalah bentuk

promosi suatu stasiun televisi yang dilakukan di luar stasiun televisi tersebut, melibatkan media promosi lainnya seperti event, banner, dll.

Hal ini dapat pula diterapkan oleh Media Sosial TVR Parlemen, dalam hal ini konten-konten yang tersaji di media sosial TVR Parlemen, harus lebih banyak mengenai program TVR Parlemen itu sendiri. Adanya promosi program-program di sosial media diharapkan dapat mendongkrak viewers program di TVR Parlemen. Saat ini, promosi program di Sosial Media TVR Parlemen yang mengarahkan untuk menonton program di TVR Parlemen terutama program live streaming Rapat-rapat DPR RI masih cenderung sedikit bahkan belum ada. Padahal TV Nasional kebanyakan mengambil *footage* dari *live streaming* TVR Parlemen sebagai bahan penyusunan berita mereka dan kebanyakan menjadi ramai dibicarakan.

Gambar 3. 1 Belum Ada Promosi Live dari Ruang Sidang di Instagram TVR Parlemen

Gambar 3. 2 Penonton Live Streaming Rapat DPR RI Cenderung Sedikit

Padahal adanya live streaming di DPR RI melalui TVR Parlemen merupakan salah satu terobosan yang sangat baik dalam menunjukkan transparansi DPR RI dalam menjalankan fungsi legislasinya. Beberapa kebijakan-kebijakan yang dibuat pemerintah juga sebagaimana rupa dibahas dalam Rapat Dengar Pendapat maupun Rapat Kerja DPR RI. Namun karena masyarakat kurang mengetahui informasi

adanya live streaming ini, sehingga sering kali masyarakat merasa tidak dilibatkan dalam pengambilan keputusan maupun perancangan Undang-Undang.

b. Dampak yang Terjadi Jika Isu Tidak Diselesaikan

Berdasarkan deskripsi isu yang telah dipaparkan saya menganalisis beberapa dampak yang mungkin terjadi jika isu ini tidak diselesaikan:

1. Tidak optimalnya informasi yang diterima masyarakat mengenai rapat-rapat di DPR RI
2. Adanya anggapan masyarakat bahwa DPR RI tidak bekerja karena kebanyakan masyarakat awam tidak mengerti apa yang dikerjakan oleh para Anggota DPR RI
3. Masyarakat merasa tidak dilibatkan dalam pengambilan keputusan dan tidak terwakilkan suaranya oleh Anggota DPR RI karena tidak mengetahui apa yang dikerjakan oleh anggota
4. Viewers Live Streaming DPR RI akan cenderung sedikit dan tidak ada perubahan yang siginifikan

c. Keterkaitan dengan Mata Pelatihan

Unit kerja Televisi dan Radio (TVR) Parlemen tidak bersinggungan langsung secara fisik kepada masyarakat. Namun program-program yang TVR tayangkan merupakan bentuk pelayanan TVR kepada masyarakat. Program-program ini akan menjadi sumber informasi masyarakat terhadap kebijakan-kebijakan apa yang sedang dirancangkan pemerintah dan sejauh mana Wakil mereka di DPR menyuarakan hak-haknya. Maka menjadi penting apa bila program-program ini terdeliver dengan baik kepada masyarakat. Hal ini sebagai bentuk orientasi pelayanan yang dilakukan TVR terhadap masyarakat. Selain itu seorang ASN juga diharapkan adaptif terhadap perubahan yang ada, apabila dahulu kala konten promosi cenderung kepada Baliho, Poster, dsb. Saat ini promosi lebih mengarah kepada sosial media, maka seorang ASN harus mampu adaptif terhadap kehadiran sosial media dan apa yang sedang ramai dibicarakan di sana serta bagaimana memanfaatkan hal tersebut untuk mencapai tujuan mempromosikan konten TVR. Apabila mampu beradaptasi dengan kemajuan zaman akan menghasilkan ASN yang kompeten pula di bidangnya.

Selain itu dengan mampu memecahkan sebuah masalah dengan memanfaatkan teknologi yang ada, maka layaklah disebut sebagai Smart ASN. Ketika seorang

mampu untuk mengembangkan dan memodifikasi informasi, data, dan konten serta Mampu mengembangkan diri lewat penggunaan media digital. Hal ini berkaitan dengan diri sendiri sesuai dengan passion, minat, hobi, profesi, dll. Maka orang tersebut dapat dikatakan memiliki kompetensi literasi digital.

A.2 Belum Adanya Perencanaan Baku Konten Mingguan di Media Sosial TVR Parlemen

a. Deskripsi Isu

Time Schedule diperlukan dalam beberapa hal, yakni manajemen konten di media sosial, mempermudah menciptakan goals tim, merapikan feed, melihat trend terkini dan minat masyarakat terkini. Sayangnya belum ada time schedule yang mengatur jadwal mingguan TVR Parlemen secara baku.

Pada umumnya, konten-konten di Media Sosial TVR Parlemen dibuat mengikuti Agenda Setting yang disepakati oleh Biro Pemberitaan DPR RI setiap minggunya. Padahal akan lebih baik apabila social media memiliki agenda mingguan sendiri yang sejalan dengan agenda setting yang sedang berjalan. Setiap social media memiliki algoritma tersendiri yang membutuhkan trik agar postingan kita menyesuaikan dengan trend yang ada.

Dengan membuat jadwal mingguan konten sosial media TVR akan lebih terarah sesuai dengan agenda setting mingguan Biro Pemberitaan Parlemen dan menyesuaikan dengan konten-konten yang sedang hype di sosial media. Biasanya Tim Media Sosial TVR Parlemen per bagian mengukur sendiri konten mana yang kira-kira akan mendapatkan atensi besar di social media. Namun, apabila ada rancangan baku tiap minggunya yang disusun oleh semua Tim Media Sosial, maka konten-konten yang ditayangkan oleh sosmed TVR Parlemen akan lebih matang dan dipersiapkan secara mendalam.

Gambar 3. 3 Belum Adanya Time Schedule Mingguan untuk Postingan di Sosmed TVR Parlemen

b. Dampak yang Terjadi Apabila Isu Tidak Diselesaikan

Berdasarkan deskripsi isu yang telah dipaparkan saya menganalisi beberapa dampak yang mungkin terjadi jika isu ini tidak diselesaikan:

1. Riset konten kurang mendalam
2. Konten kurang mendapat perhatian karena tidak sesuai dengan algoritma yang sedang menjadi *trending topic*
3. Konten kurang terkonsep sehingga menyulitkan dalam membuat segmentasi

c. Keterkaitan dengan Mata Pelatihan

Dengan adanya *time schedule* untuk postingan TVR Parlemen, akan lebih mudah untuk mengukur capaian kerja tim social media itu sendiri. Hal ini akan berguna untuk melakukan evaluasi tiap minggunya dalam membuat terobosan apa yang akan dibuat minggu selanjutnya dan mempertahankan apa yang sudah baik di minggu berikutnya. Mempermudah riset dalam menentuka prime time (waktu dimana sebuah postingan mendapat insight lebih tinggi) sebuah postingan.

Hal ini sesuai dengan Materi Manajemen ASN dimana kinerja ASN hendaknya memiliki system yang terukur dan terarah. Sehingga mempermudah dalam melakukan evaluasi maupun mengukur capaian kerja yang ada. Selain itu hal

ini berkaitan pula dengan Smart ASN dimana time schedule postingan ini merupakan salah satu adaptasi dengan kemajuan teknologi yang ada.

A.3 Belum Adanya Evaluasi Kinerja Mingguan Sosial Media TVR Parlemen

a. Deskripsi Isu

Aparatur Sipil Negara (ASN) merupakan motor penggerak pemerintahan, pilar utama dalam melaksanakan tugas sebagai pelayan publik yang secara langsung maupun tidak langsung bersinggungan dengan masyarakat. Oleh karena itu kinerja ASN menjadi indikator utama yang menentukan kualitas ASN itu sendiri.

Manajemen menyediakan kondisi dimana berbagai kebijakan dan manajemen SDM dilakukan dan didasari pada pertimbangan kualifikasi, kompetensi, dan kinerja secara adil dan wajar, tanpa membedakan latar belakang politik, ras, warna kulit, agama, asal usul, jenis.

Tim Media sosial sendiri saat ini terdiri dari lima orang yang mengurusi Twitter, Instagram, Facebook, dan Youtube. Terbaru dari media sosial TVR adalah Tiktok. Masing-masing sudah memiliki tugas masing-masing sesuai dengan media sosial yang dimiliki.

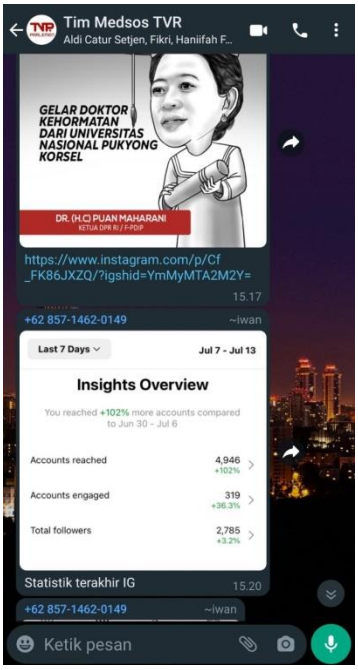
Sayangnya apa yang dikerjakan secara harian oleh tiap orang di Media Sosial kurang teroganisir dengan baik. Apabila di perusahaan swasta terdapat KPI atau *Key Performance Indicator*, cara ini cukup baik apabila diterapkan di Tim Medsos TVR Parlemen. Apabila masing-masing tim mengetahui apa yang dikerjakan satu dengan yang lain akan membangun atmosfir kerja yang baik.

Selain itu data ini bisa digunakan untuk melakukan evaluasi tim mingguan untuk memantau sejauh mana program atau agenda setting yang diterapkan setiap minggunya berdampak kepada *viewers* dari program-program TVR sendiri.

b. Dampak yang Terjadi Apabila Isu Tidak Diselesaikan

Berdasarkan deskripsi isu yang telah dipaparkan saya menganalisi beberapa dampak yang mungkin terjadi jika isu ini tidak diselesaikan:

1. Tidak memiliki data terkait perkembangan/ insight dari tiap sosial media yang dimiliki TVR Parlemen
2. Tidak ada indikator penilaian capaian kerja tiap anggota Sosmed TVR Parlemen



Gambar 3. 4 Laporan Perkembangan Sosial Media Masih Berupa Capture Gambar Salah Satu Postingan

c. Keterkaitan dengan Mata Pelatihan

Melakukan analisis mingguan terhadap konten yang tayang di sosial media TVR Parlemen menunjukkan kompetensi seorang ASN dan akuntabilitas dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi. Hal ini berkaitan dengan pertanggungjawaban terrhadap apay yang dikerjakan dan korelasinya dengan capaian terhadap hasil kerjanya.

Hal ini sesuai dengan Materi Manajemen ASN dimana kinerja ASN hendaknya memiliki system yang terukur dan terarah. Sehingga mempermudah dalam melakukan evaluasi maupun mengukur capaian kerja yang ada.

B. Penetapan Isu Prioritas

B.1 Teknik Analisis Isu

Dalam menganalisis isu di lingkungan kerja TVR Parlemen saya menggunakan Teknik USG yakni *Urgency*: seberapa mendesak suatu isu harus dibahas, dianalisis dan ditindaklanjuti. *Seriousness*: Seberapa serius suatu isu harus dibahas dikaitkan dengan akibat yang akan ditimbulkan. *Growth:* Seberapa besar kemungkinan memburuknya isu tersebut jika tidak ditangani segera.

Tabel 3. 1 Parameter Penilaian Isu Prioritas

NILAI	PARAMETER PENILAIAN		
	URGENCY	SERIOUSNESS	GROWTH
5	Harus diselesaikan dalam kurun waktu kurang dari 1 bulan	Berpengaruh terhadap seluruh kinerja divisi di TVR Parlemen	Sangat berpengaruh terhadap tujuan utama TVR Parlemen, yakni meningkatkan citra DPR
4	Harus diselesaikan dalam kurun waktu 1-2 bulan	Berpengaruh terhadap seluruh kinerja Tim Medsos TVR Parlemen	Berpengaruh terhadap tujuan utama TVR Parlemen, yakni meningkatkan citra DPR
3	Harus diselesaikan dalam kurun waktu 3-4 bulan	Berpengaruh terhadap sebagian besar kinerja Tim Medsos TVR Parlemen	Agak berpengaruh terhadap tujuan utama TVR Parlemen, yakni meningkatkan citra DPR
2	Dapat diselesaikan dalam kurun waktu 4-5 bulan	Berpengaruh terhadap sebagian kecil kinerja Tim Medsos TVR Parlemen	Kurang berpengaruh terhadap tujuan utama TVR Parlemen, yakni meningkatkan citra DPR
1	Dapat diselesaikan dalam kurun waktu lebih dari 6	Kurang berpengaruh atau tidak berpengaruh sama sekali terhadap	Tidak berpengaruh sama sekali terhadap tujuan

	bulan	kinerja Tim Medsos TVR	utama TVR Parlemen, yakni meningkatkan citra DPR

B.2 Pemilihan Isu Prioritas

Berikut merupakan matrik pemilihan isu di Unit Kerja TVR Parlemen menggunakan metode Urgency, Seriousness, dan Growth (USG).

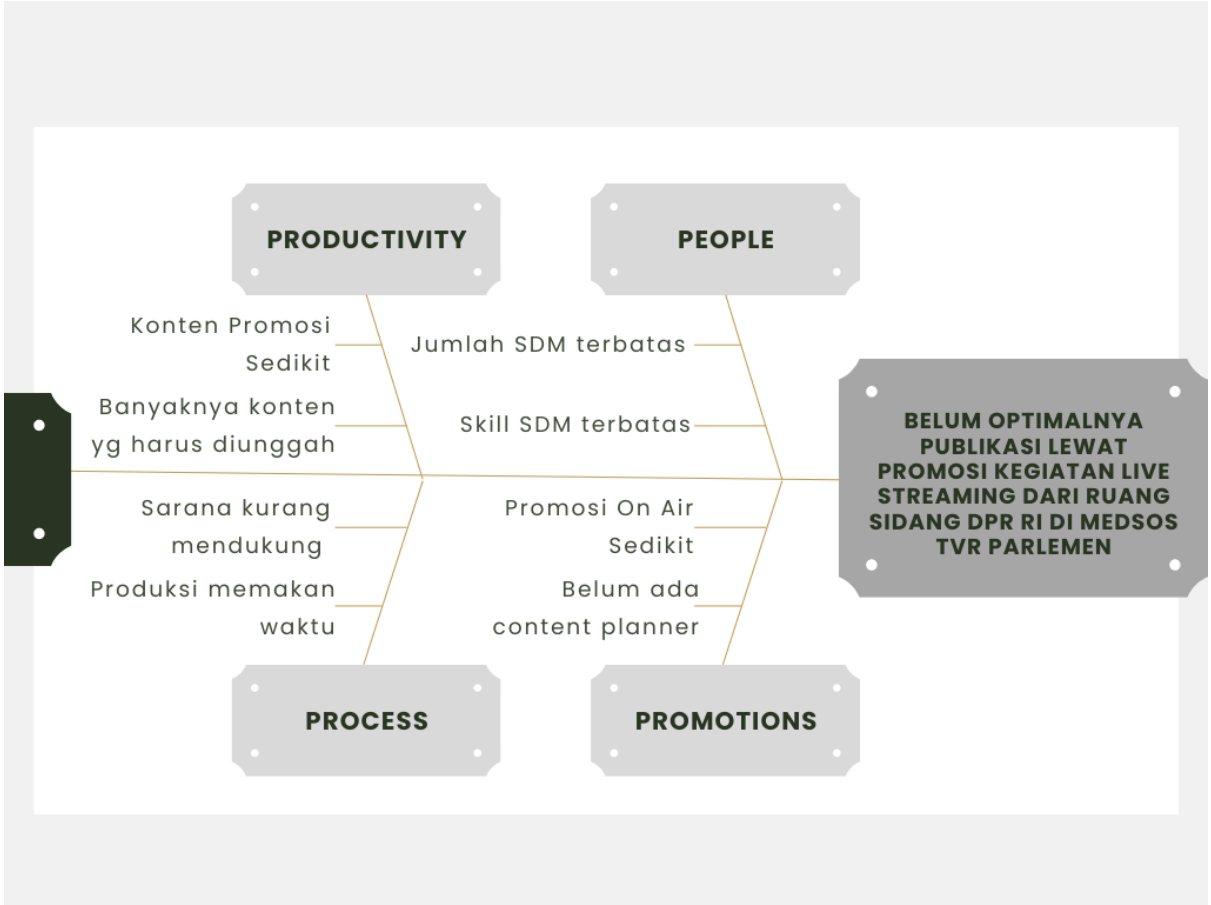
Tabel 3. 2 Matrik Pemilihan Isu Prioritas dengan Analisis USG

NO	ISU	U	S	G	JUMLAH	PRIORITAS ISU
1	**Belum Optimalnya Publikasi Program Live TVR Parlemen dari Ruang Sidang di Sosial Media untuk Meningkatkan Viewers**	**5**	**5**	**5**	**15**	**I**
2	Belum Adanya Perencanaan Baku Konten Mingguan Sosial Media TVR Parlemen	4	4	5	13	II
3	Belum Adanya Evaluasi Kinerja Mingguan Sosial Media TVR Parlemen	3	4	3	10	III

Berdasarkan hasil tapisan isu yang saya lakukan dan hasil diskusi dengan mentor saya maka saya mengambil isu **Belum Optimalnya Publikasi Program Live Streaming Rapat DPR RI di Sosial Media TVR Parlemen** sebagai core isu saya dalam program aktualisasi kali ini.

C. Penentuan Penyebab Terjadinya Isu

Berikut merupakan analisis penyebab terjadinya isu **Belum Optimalnya Promosi Program Live TVR Parlemen dari Ruang Sidang di Sosial Media** untuk meningkatkan *viewers* dengan menggunakan metode *fishbone*.



Gambar 3. 5 Penentuan Penyebab Terjadinya Isu dengan Metode Fishbone

Berdasarkan Teknik Analisis Isu menggunakan metode *fishbone*, ditemukan beberapa penyebab terjadinya isu, antara lain:

1. Jumlah Sumber Daya Manusia yang sedikit di Tim Media Sosial TVR Parlemen, awal masuk ke Tim Medsos, jumlah tim hanya 3 orang tidak sebanding dengan banyaknya sosial media yang harus diampu dan jumlah konten yang harus diposting
2. Tidak semua anggota tim memiliki skill yang dibutuhkan untuk pengelolaan Media Sosial seperti editing video, design grafis, copywriting, manajemen konten, dll.
3. Promosi On Air dalam bentuk trailer atau teaser program-program TVR masih cenderung sedikit bahkan tidak ada, padahal program ini menjadi salah satu

divisi penting di TV Swasta pada umumnya yang bertujuan mempromosikan Program TV yang mereka buat

4. Pembuatan konten planner berguna dalam Menyusun konten-konten yang akan tayang di sosial media, pembuatan konten planner membuat konten yang disajikan lebih terstruktur dan sesuai dengan visi misi TVR Parlemen
5. Konten Promosi masih cenderung sedikit, selama ini konten medsos TVR masih berkutat kepada publikasi kegiatan DPR yang sebenarnya sudah ada dalam Program TVR itu sendiri, sehingga promosi Program TVR secara tidak langsung juga mendorong Publikasi DPR RI
6. Setiap hari konten yang harus diunggah Tim Media Sosial sangat banyak dan bertumpuk karena jadwal posting harian biasanya mengikuti hasil produksi Tim Program maupun Redaksi
7. Beberapa Tim Medsos belum memiliki computer sendiri untuk digunakan dalam berbagai proses editing maupun produksi konten
8. Produksi konten promosi memakan waktu yang tidak sebentar sehingga hasil produksi yang dihasilkan cenderung sedikit

D. Gagasan Pemecahan Isu

Berdasarkan analisis penyebab isu "**Belum Opimalnya Publikasi Program Live TVR Parlemen dari Ruang Sidang di Sosial Media untuk Meningkatkan Viewers"** yang sudah saya lakukan dengan metode fishbone, maka saya mengusulkan gagasan kreatif sebagai rekomendasi pemecahan isu adalah dengan membuat **Trailer Video Promosi Program Live Streaming dari Ruang Sidang DPR RI untuk Diposting di Media Sosial TVR Parlemen**. Gagasan pemecahan isu ini merupakan salah satu bagian promosi yang sering dilakukan oleh TV Nasional pada umumnya. Video promosi ini berguna untuk mempromosikan program-program yang tayang di Youtube.

Youtube memiliki algoritma yang agak lebih sulit dibanding sosial media lainnya. Sering kali potongan video-video dari ruang sidang viral setelah sidang selesai, namun pada saat live berlangsung penonton yang melihat hanya sedikit. Penonton Youtube biasanya sudah memiliki tujuan tayangan apa yang akan ditonton. Maka penting untuk memberikan rekomendasi program yang tayang di Youtube dengan promosi di sosial media lain seperti Instagram, Facebook, Twitter atau Tiktok.

BAB IV
RANCANGAN AKTUALISASI

A. Rancangan Aktualisasi

Unit Kerja : **Televisi dan Radio Parlemen**

Identifikasi Isu :
1. Kurangnya Publikasi Program Live TVR Parlemen dari Ruang Sidang di Sosial Media untuk Meningkatkan Viewers
2. Belum Adanya Perencanaan Baku Konten Mingguan Sosial Media TVR Parlemen
3. Belum Adanya Evaluasi Kinerja Mingguan Sosial Media TVR Parlemen

Isu yang Diangkat : Belum Optimalnya Publikasi Program Live TVR Parlemen dari Ruang Sidang di Sosial Media untuk Meningkatkan Viewers

Gagasan Pemecahan Isu : **Trailer Video Promosi Live Streaming dari Ruang Sidang yang Akan Berlangsung di Sosial Media TVR Parlemen**

Tabel 4. 1 Matrik Rancangan Aktualisasi Pelatihan Dasar CPNS

No.	Kegiatan	Tahapan Kegiatan	Output	Keterkaitan Substansi Pelatihan	Penguatan Terhadap Visi Misi Organisasi	Penguatan Nilai Organisasi

1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Mengumpulkan Data Terkait Gagasan Kreatif	Konsultasi dengan mentor terkait isu yang diangkat dan gagasan kreatif yang diusung	- Notulen hasil diskusi - Dokumentasi proses diskusi	**Berorientasi pelayanan** Mendengarkan masukan berbagai pihak **Akuntabel** Membuat perancangan terperinci dalam rangka mengembangkan organisasi **Kolaboratif** Berkolaborasi dengan divisi program dalam rangka	Kegiatan pengumpulan data, penyusunan bahan, proses editing video, proses publikasi, quality control hingga penyusunan laporan dalam membuat gagasan ide berupa trailer video promosi program live dari ruang rapat parlemen	**Berorientasi Pelayanan** Baik dalam proses pengumpulan data, pengumpulan bahan publikasi, penyusunan bahan, dan publikasi, kegiatan ini akan menyediakan informasi terkait DPR RI bagi masyarakat. Dalam hal ini saya telah menerapkan nilai Berorientasi Pelayanan.
		Riset terkait gagasan kreatif yang diusung, membandingkan dengan media-media lain	- Contoh konten promosi di media sosial media lain sebagain inspirasi pembuatan			
		Diskusi dengan tim media sosial terkait masukan-masukan yang hendak diberikan terhadap gagasan kreatif yang diajukan	- Informasi terkait data engagement Sosmed TVR - Masukan terhadap gagasan ide - Notulen hasil diskusi - Dokumentasi			

			proses diskusi	pengembangan organisasi **Harmonis** Mempertimbangkan masukan dari rekan kerja dalam rangka mencapai tujuan **Loyal** Merancangkan ide-ide yang berkaitan dengan pengembangan organisasi **Adaptif** Peka terhadap perubahan yang ada, trend-trend yang sedang berkembang, mau	sesuai dengan visi Sekretariat Jenderal DPR RI yaitu menjadi Sekretariat Jenderal yang Profesional dan Modern dalam mendukung Visi Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI). Modern memiliki arti memanfaatkan teknologi untuk mendukung pelaksanaan tugas dan fungsi serta	**Akuntabel** Membuat video promo untuk publikasi DPR RI merupakan salah satu penerapan nilai Akuntabel dimana saya bertanggungjawab dalam tugas yang saya emban sebagai seorang jurnalis di DPR RI untuk mempublikasikan dan meningkatkan citra DPR RI. **Kompeten** Membuat terobosan baru
		Riset dimana dapat memperoleh akses arsip untuk bahan penyusunan konten	Data dimana memperoleh bahan/footage			
		Riset *prime time* sosial media TVR Parlemen	Data waktu prime time sosial media parlemen			
		Menentukan sidang yang membahas isu paling krusial dan pro kontra di masyarakat lewat agenda setting dan menghubungi sekretariat komisi atau badan kelengkapan dewan	Jadwal sidang yang akan diambil sebagai salah satu contoh video promo			

				belajar dari pihak lain **Kompeten** Melakukan berbagai riset terkait dengan penyusunan konten	kemudahan akses informasi bagi publik. Berbagai tahapan yang saya lakukan ini adalah dalam rangka memaksimalkan publikasi siding-sidang rapat DPR RI agar semakin diketahui khalayak. Hal ini juga berguna dalam meningkatkan citra DPR RI yang selama ini sering dianggap	yang kreatif dengan menggabungkan berbagai skill seperti menulis, edititing, riset, dan publikasi adalah bentuk penerapan nilai Kompeten. **Harmonis** Bekoordinasi dengan rekan setim, koodinator social media, mentor maupun coach merupakan upaya saya dalam menciptakan hubungan yang harmonis dengan
2.	Mengumpulkan Bahan Terkait Gagasan Kreatif	Koordinasi dengan mentor terkait Live Rapat yang dipilih untuk dipromosikan	Hasil Diskusi	**Harmonis** Menciptakan hubungan yang baik dengan atasan dalam rangka mencapai tujuan pengembangan organisasi **Kompeten** Membuat script dan		
		Koordinasi dengan koordinator sosial media terkait media sosial apa saja yang akan dipakai untuk melakukan promosi	Daftar sosial media yang akan digunakan untuk posting			

		Proses penulisan *script* dan konsep *copywriting* untuk promosi	*Draft script*	mengumpulkan bahan sesuai dengan tugas pokok dan fungsi untuk mengembangkan TVR Parlemen **Kolaboratif** Berkolaborasi dengan rekan kerja terhadap proses pengumpulan bahan terkait penyusunan video promosi.	tidak bekerja dan memberi kontribusi kepada masyarakat Indonesia. Dengan melakukan secara massif promosi tentang tayangan live dari ruang rapat ini diharapkan terjadi peningkatan viewers dan distribusi konten yang efektif terkait DPR RI dalam menjalankan	tiap lini yang ada dalam upaya mencapai visi misi organisasi. **Loyal** Merancangkan ide-ide yang berrkaitan dengan kemajuan organisasi dan mencapai tujuan baik organisasi adalah bentuk rasa loyal saya terhadap organisasi. **Adaptif** Menelaborasi kemajuan
		Proses pengumpulan *footage* video dari masing-masing program yang akan diangkat baik dari Youtube maupun arsip TVR	Potongan-potongan *footage*			
		Konsultasi *script* dengan Koordinator sosial media	Revisi hasil *script*			
		Proses editing video promosi	Draft video			
3.	Proses produksi gagasan kreatif	Pembuatan *thumbnail* video	Draft thumbnail	**Kompeten**		

	berupa video promosi	promosi		Mengerjakan tugas pokok dan fungsi yang diberikan sesuai skill yang dimiliki **Akuntabel** Menunjukkan tanggung-jawab pengembangan profesi sesuai dengan visi dan misi organisasi	fungsinya.	teknologi yang ada seperti social media, editing video, penguatan konten dll. Merupakan bentuk penerapan nilai Adaptif yang saya lakukan dalam rancangan aktualisasi ini. **Kolaboratif** Berkolaborasi dalam hal riset dengan melihat perkembangan trend konten yang
		Proses penulisan *caption/copywriting* untuk postingan video promo	Draft Caption			
		Penjadwalan waktu posting video promosi	Draft jadwal waktu posting video			
		Konsultasi dengan Koordinator Sosial Media TVR Parlemen terkait hasil video promosi	Hasil Diskusi			
		Konsultasi dengan mentor terkait hasil video promosi	Hasil Diskusi			

4.	Quality control dan posting ke sosial media	Quality Control video promosi yang dibuat	Hasil Diskusi	**Harmonis** Menciptakan hubungan yang baik dengan atasan dalam rangka mencapai tujuan pengembangan organisasi **Akuntabel** Berusaha memberikan yang terbaik bagi organisasi		ada merupakan salah satu bentuk kolaborasi yang saya terapkan. Selain itu bekerja sama dengan tim lain di social media merupakan bentuk kolaborasi dengan rekan setim.
		Quality Control Video yang dibuat	Bukti Quality Control			
		Posting sesuai jadwal yang telah ditentukan	Bukti posting			
5.	Evaluasi hasil video promosi	Evaluasi engagement video promosi yang tayang di sosial media dengan tim sosmed	Data *engagement* per postingan	**Akuntabel** Bertanggungjawab terhadap program yang dilakukan **Harmonis**		

		Evaluasi *engagement* konten terkait terhadap video *trailer* yang dibuat dengan tim sosmed	Data *engagement* per postingan	Hubungan yang baik dengan rekan kerja dalam hal meningkatkan kinerja **Kolaboratif** Brainstorming dengan tim terkait meningkatkatkan kinerja yang baik		
6.	Penyusunan Laporan Akhir Aktualisasi	Pengumpulan bahan-bahan aktualisasi	Terkumpulnya bahan-bahan yang diperlukan sebagai pendukung	**Berorientasi Pelayanan** Bertanggung jawab atas penyusunan laporan aktualisasi yang dilaksanakan **Akuntabel** Melaksanakan		
		Diskusi dengan mentor terkait laporan akhir aktualisasi	Adanya arahan dari mentor			

		Finalisasi laporan akhir aktualisasi	Laporan Akhir	penyusunan laporan aktualisasi dengan cermat dan penuh tanggung jawab **Kompeten** Melaksanakan penyusunan laporan aktualisasi dengan kualitas terbaik		

B. Jadwal Kegiatan

JADWAL KEGIATAN AKTUALISASI

Tabel 4. 2 Matrik Jadwal Rencana Kegiatan Aktualisasi

No	Kegiatan/ Tahapan Kegiatan	AGUSTUS				SEPTEMBER			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV
1.	Mengumpulkan data terkait gagasan kreatif								
	a) Konsultasi dengan mentor terkait isu yang diangkat dan gagasan kreatif yang diusung								
	b) Riset terkait gagasan kreatif yang diusung, membandingkan dengan media-media lain								
	c) Riset dimana dapat memperoleh akses arsip untuk bahan penyusunan konten								
	d) Riset *prime time* sosial media TVR Parlemen								
	e) Menentukan satu sidang yang membahas isu paling krusial dan pro kontra di masyarakat lewat agenda setting dan menghubungi sekretariat komisi atau badan kelengkapan dewan								
2.	Mengumpulkan Bahan Terkait Gagasan Kreatif								
	a) Koordinasi dengan mentor terkait Live Rapat yang dipilih untuk dipromosikan								
	b) Koordinasi dengan koordinator sosial media								

No	Kegiatan/ Tahapan Kegiatan	AGUSTUS				SEPTEMBER			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV
	terkait media sosial apa saja yang akan dipakai untuk melakukan promosi								
	c) Proses penulisan *script* dan konsep *copywriting* untuk promosi								
	d) Proses pengumpulan footage video dari masing-masing program yang akan diangkat baik dari Youtube maupun arsip TVR								
	e) Konsultasi *script* dengan Koordinator sosial media								
	f) Proses editing video promosi								
3.	Proses produksi gagasan kreatif berupa video promosi								
	a) Pembuatan *thumbnail* video promosi								
	b) Proses penulisan caption/copywriting untuk postingan video promo								
	c) Penjadwalan waktu posting video promosi								
	d) Konsultasi *script* dengan Koordinator sosial media								
4.	Quality control dan posting ke sosial media								
	a) Quality Control video promosi yang dibuat								
	b) Posting sesuai jadwal yang telah ditentukan								

No	Kegiatan/ Tahapan Kegiatan	AGUSTUS				SEPTEMBER			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV
5.	Evaluasi hasil video promosi								
	a) Evaluasi *engagement* video promosi yang tayang di sosial media dengan tim sosmed								
	b) Evaluasi *engagement* konten terkait terhadap video *trailer* yang dibuat dengan tim sosmed								
6.	Penyusunan Laporan Akhir Aktualisasi								
	a) Pengumpulan bahan-bahan aktualisasi								
	b) Diskusi dengan mentor terkait laporan akhir aktualisasi								
	c) Finalisasi laporan akhir aktualisasi								

BAB V
PELAKSANAAN AKTUALISASI

A. Jadwal Kegiatan Aktualisasi

Berikut merupakan realisasi dari matrik jadwal kegiatan aktualisasi yang dilaksanakan selama masa habituasi:

Tabel 5. 1 Matrik Jadwal Realisasi Aktualisasi

No	Kegiatan/ Tahapan Kegiatan	AGUSTUS				SEPTEMBER			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV
1.	Mengumpulkan data terkait gagasan kreatif								
	a. Konsultasi dengan mentor terkait isu yang diangkat dan gagasan kreatif yang diusung								
	b. Riset terkait gagasan kreatif yang diusung, membandingkan dengan media-media lain								
	c. Riset dimana dapat memperoleh akses arsip untuk bahan penyusunan konten								
	d. Riset *prime time* sosial media TVR Parlemen								
	e. Menentukan satu sidang yang membahas isu paling krusial dan pro kontra di masyarakat lewat agenda setting dan menghubungi sekretariat komisi atau badan kelengkapan dewan								
2.	Mengumpulkan Bahan Terkait Gagasan Kreatif								
	a. Koordinasi dengan mentor terkait Live Rapat yang dipilih untuk dipromosikan								
	b. Koordinasi dengan koordinator sosial media terkait media sosial apa saja yang akan dipakai untuk melakukan promosi								

No	Kegiatan/ Tahapan Kegiatan	AGUSTUS				SEPTEMBER			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV
	c. Proses penulisan *script* dan konsep *copywriting* untuk promosi								
	d. Proses pengumpulan footage video dari masing-masing program yang akan diangkat baik dari Youtube maupun arsip TVR								
	e. Konsultasi *script* dengan Koordinator sosial media								
	f. Proses editing video promosi								
3.	Proses produksi gagasan kreatif berupa video promosi								
	a. Pembuatan *thumbnail* video promosi								
	b. Penjadwalan waktu posting video promosi								
	c. Konsultasi *script* dengan Koordinator sosial media								
4.	Quality control dan posting ke sosial media								
	a. Quality Control video promosi yang dibuat								
	b. Posting sesuai jadwal yang telah ditentukan								
5.	Evaluasi hasil video promosi								
	a. Evaluasi *engagement* video promosi yang tayang di sosial media dengan tim sosmed								
	b. Evaluasi *engagement* konten terkait terhadap video *trailer* yang dibuat dengan tim sosmed								
6.	Penyusunan Laporan Akhir Aktualisasi								
	a. Pengumpulan bahan-bahan aktualisasi								
	b. Diskusi dengan mentor terkait laporan akhir aktualisasi								

No	Kegiatan/ Tahapan Kegiatan	AGUSTUS				SEPTEMBER			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV
	c. Finalisasi laporan akhir aktualisasi								

B. Penjelasan Tahapan Kegiatan

Dalam melaksanakan gagasan kreatif terkait pemecahan masalah/ isu di instansi khususnya unit kerja terkecil, ada beberapa tahapan kegiatan yang dilakukan, berikut beberapa kegiatan yang dilakukan dalam proses habituasi:

B.1 Mengumpulkan data terkait gagasan kreatif

Pada tahap ini saya melakukan beberapa tahapan kegiatan sebagai persiapan sebelum membuat gagasan kreatif terkait rancangan aktualisasi yang saya lakukan. Berikut beberapa tahapan kegiatan yang telah saya lakukan:

1. Konsultasi dengan mentor terkait isu yang diangkat dan gagasan kreatif yang diusung

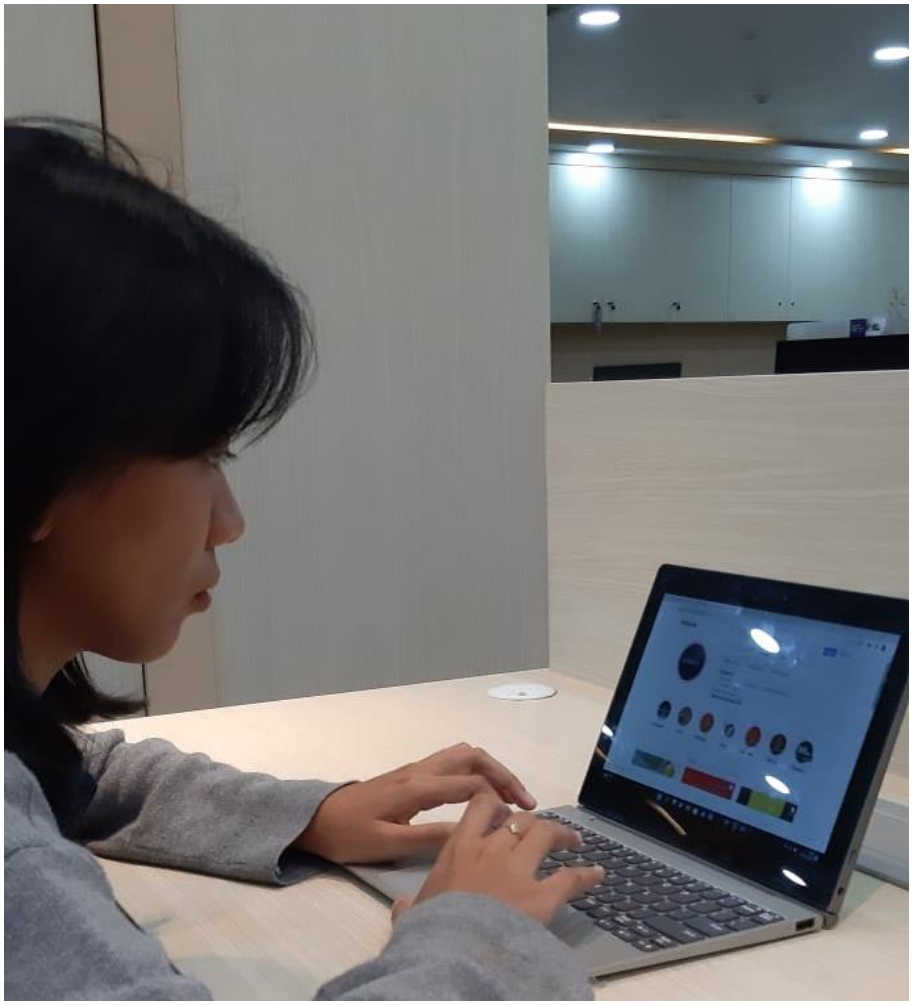
Gambar 5. 1Evidence Konsultasi dengan Mentor terkait Gagasan Kreatif

Kegiatan ini berlangsung sesuai dengan jadwal yang ditetapkan yakni pada Minggu I Agustus 2022. Output dari rancangan aktualisasi ini adalah hasil diskusi saya dengan mentor. Hasil diskusi dengan mentor ini dapat

dilihat dalam lampiran 3 dalam link google drive dengan nama file Output Kegiatan I. Pada tahapan kegiatan ini mentor saya mengusulkan untuk membuat sebuah video yang atraktif. Isu yang diangkat sebaiknya yang sedang hangat dan ramai dibicarakan. Namun, di sini saya belum menentukan isu yang diangkat karena masih dalam masa reses.

Dalam tahapan kegiatan ini saya menerapkan nilai ASN yakni harmonis dan kolaboratif. Dimana saya menciptakan hubungan yang harmonis dengan atasan terkait tugas dan fungsi saya di TVR Parlemen. Kolaboratif yakni menerima masukan terkait kendala yang dihadapi dan gagasan pemecahan masalah yang ditempuh demi mencapai tujuan yang diinginkan.

2. Riset terkait gagasan kreatif yang diusung, membandingkan dengan media-media lain



Gambar 5. 2 Evidence Riset Media Sosial dari Media Lain

Kegiatan ini berlangsung sesuai dengan jadwal yang ditetapkan yakni pada Minggu I Agustus 2022. Output dari rancangan aktualisasi saya ini adalah hasil riset saya terhadap media-media massa lain, baik tv ataupun website yang memiliki social media. Hasil diskusi dengan mentor ini dapat dilihat dalam lampiran 3 dalam link google drive dengan nama file Output Kegiatan I. Pada tahapan ini saya melakukan riset kecil terkait promosi-promosi dari stasiun tv swasta seperti metro tv, net tv dan kompas tv di social media mereka. Selain social media tv swasta saya juga melihat beberapa media online yang berbasis social media dan youtube sebagai media pemberitaan seperti skor.id, kumparan, tirto.id, Penguatan konten menjadi salah satu daya Tarik mereka, kebanyakan promosi di TV mengandalkan tayangan yang sudah ada dan dikemas sedemikian rupa untuk ditayangkan di social media untuk mengundang penonton untuk menonton selengkapnya di youtube. Feed yang tersusun dengan rapi menjadi daya Tarik sendiri sehingga memberi kesan kredibilitas dari akunnya.

Dalam tahapan ini saya menerapkan nilai adaptif, akuntabel dan kompeten. Adaptif yakni peka terhadap perkembangan zaman, social media memiliki trend yang berubah-ubah. Jika tidak mengikuti perkembangan trend yang ada, konten yang kita buat bisa saja sepi penonton. Maka dari itu saya melakukan riset kecil terhadap konten social media dari media lain. Akuntabel yakni bagaimana mengukur secara terperinci rencana-rencana yang dilakukan untuk kemajuan sebuah instansi. Kompeten yakni kemampuan dalam meriset yang merupakan salah satu skill yang harus dimiliki oleh seorang pengelola social media.

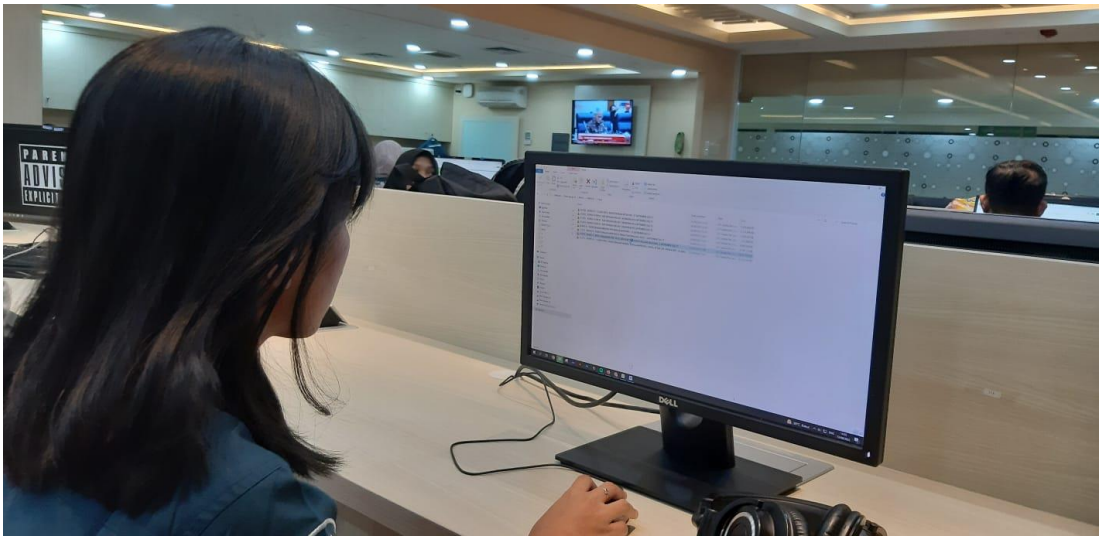
3. Diskusi dengan tim media sosial terkait masukan-masukan yang hendak diberikan terhadap gagasan kreatif yang diajukan

Gambar 5. 3 Evidence Diskusi dengan Tim Sosial Media

Kegiatan ini berlangsung sesuai dengan jadwal yang ditetapkan yakni pada Minggu I Agustus 2022. Output dari tahapan kegiatan ini adalah hasil diskusi dari teman-teman sosmed yang hadir terkait rancangan aktualisasi saya. Hasil diskusi dengan mentor ini dapat dilihat dalam lampiran 3 dalam link google drive dengan nama file Output Kegiatan I.Dalam diskusi dengan tim social media, tim memberi masukkan agar konten yang diangkat mengenai Sidang 16 Agustus 2022. Mengingat masih masa reses dan jadwal sidang yang tentatif. Namun tim medsos memberi kebebasan dalam memilih sidang mana yang akan diangkat.

Dalam tahapan ini saya menerapkan nilai kolaboratif dan harmonis, yakni bagaimana menciptakan ruang diskusi terhadap suatu permasalahan atau isu di unit kerja dan mencari solusi dalam permasalahan tersebut. Pada tahapan ini saya sempat diusulkan untuk membuat video trailer untuk sidang 16 Agustus dan saya menyanggupi hal tersebut. Kemudian untuk memperkuat aktualisasi saya maka saya membuat video trailer lanjutan yakni video trailer Raker Komisi III dengan Kapolri pada tanggal 24 Agustus 2022.

4. Riset dimana dapat memperoleh akses arsip untuk bahan penyusunan konten



Gambar 5. 4 Evidence Proses Pencarian Arsip

Kegiatan ini berlangsung sesuai dengan jadwal yang ditetapkan yakni pada Minggu I Agustus 2022. Output dari aktualisasi ini adalah nama-nama file dan letak arsip, selain itu saya juga memperoleh nomor kontak injest. Menggunakan salah satu computer milik staff social media untuk mengecek dimana arsip-arsip terkait video live yang telah berlangsung, untuk dikelola sebagai bahan penyusunan video trailer. Hasil diskusi dengan mentor ini dapat dilihat dalam lampiran 3 dalam link google drive dengan nama file Output Kegiatan I.

Dalam tahapan kegiatan ini saya menerapkan nilai kolaboratif. Pada tahapan ini saya berkonsultasi dengan Koordinator Tim Sosial Media, dimana saya dapat memperoleh arsip dari video-video live sebelumnya. Koordinator saya memberikan kontak injest, yakni salah satu bagian di TVR Parlemen yang menyimpan data-data maupun arsip-arsip terkait video-video live streaming. Dari injest saya memperoleh informasi bahwa data-data tersebut dapat diambil dari computer pengelola website yang juga berada di bawah media social.

Gambar 5. 5 Evidence Koordinasi dengan Koordinator Sosial Media TVR terkait Sumber Arsip

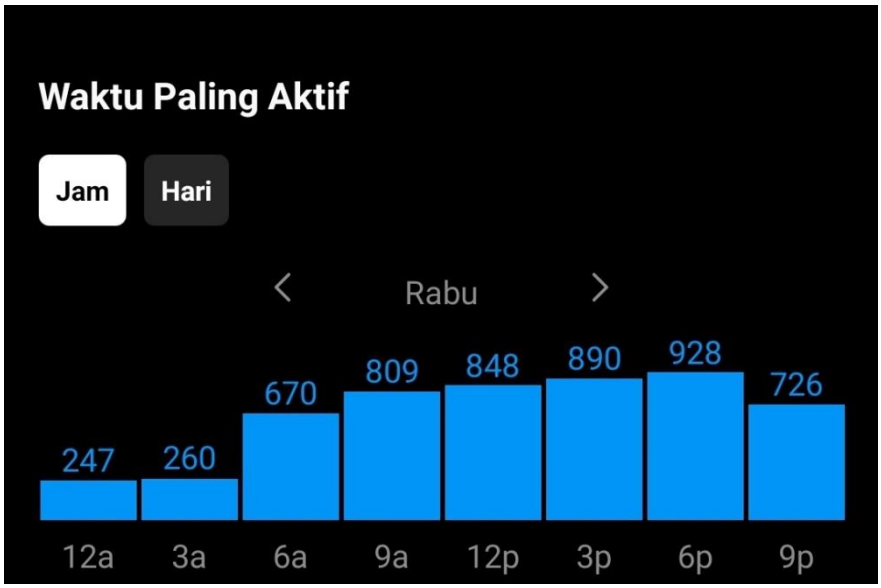
Kegiatan ini berlangsung sesuai dengan jadwal yang ditetapkan yakni pada Minggu I Agustus 2022. Output dari kegiatan ini adalah kontak-kontak yang bisa dihubungi untuk memperoleh footage yang dapat dilihat pada link google drive yang ada pada lampiran. Hasil diskusi dengan mentor ini dapat dilihat dalam lampiran 3 dalam link google drive dengan nama file Output Kegiatan I.Menghubungi Koordinator Sosial Media TVR untuk mendapat file-file arsip sidang masa lampau.

Arsip video masa lalu bisa diperoleh lewat injest sehingga diminta untuk berkoordinasi dengan tim injest.

Kegiatan ini menerapkan nilai Ber-Akhlak harmonis dan kolaboratif, sehingga pada kegiatan ini saya berkoordinasi dengan bagian-bagian di TVR untuk memperoleh arsip footage.

5. Riset *prime time* sosial media TVR Parlemen

Gambar 5. 6 Prime Time Instagram TVR di Hari Selasa



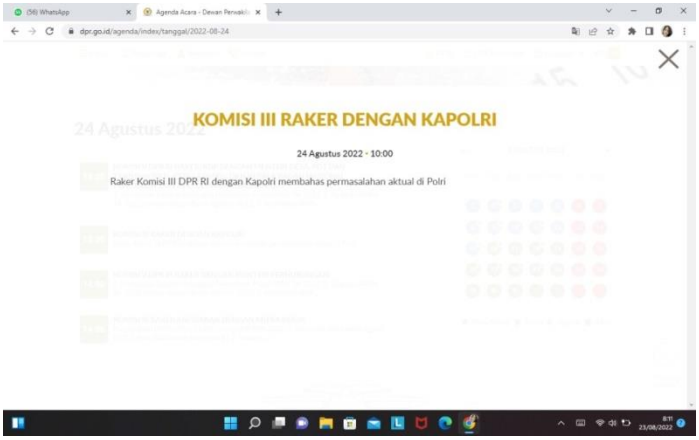
Gambar 5. 7 Prime Time Instagram TVR di Hari Rabu

Kegiatan ini berlangsung sesuai dengan rencana yakni di Minggu I Agustus. Output dari kegiatan ini adalah data mengenai waktu utama atau

pada waktu kapan konten TVR Parlemen mengalami kenaikan viewers. Output kegiatan ini dapat dilihat pada link google drive yang ada pada lampiran. Hasil dari riset ini adalah konten TVR mengalami prime time yakni pada pukul 6.00 sore disusul 3 sore dan 12 siang.

Tahapan kegiatan ini menerapkan nilai ASN yakni akuntabel dimana dalam melaksanakan sebuah kegiatan melalui perencanaan yang matang dan riset yang mendalam. Selain itu juga menerapkan nilai Kompeten yakni kemampuan dalam mengukur waktu dimana sebuah konten memiliki tayangan tertinggi. Hal ini sangat penting dalam social media.

6. Penentuan Sidang yang Dipilih untuk Dijadikan Video Trailer



Gambar 5. 8 Evidence Agenda yang Dipilih untuk Dijadikan Video Trailer

Tahapan kegiatan ini berlangsung agak sedikit berbeda dengan yang sudah dijadwalkan, yaitu pada Minggu II Agustus 2022. Hal ini terjadi karena sedang masa reses, masa sidang baru dimulai kembali setelah tanggal 16 Agustus 2022. Output dari kegiatan ini berupa jadwal/agenda rapat komisi yang tayang di website dpr.go.id. Output dari kegiatan ini dapat dilihat dalam lampiran 3 dalam link google drive dengan nama file Output Kegiatan I.Pada tahapan ini saya tidak menghubungi secretariat komisi karena ternyata di website sudah tertera jadwal-jadwal terkait rapat-rapat Anggota DPR RI.

Pada tahapan ini saya menerapkan nilai adaptif dimana menggunakan kemajuan teknologi dalam memperoleh sebuah informasi. Teknologi memudahkan pekerjaan di zaman yang serba cepat. Apalagi social media membutuhkan sebuah tindakan cepat agar tidak ketinggalan momen.

B.2 Mengumpulkan Bahan Terkait Gagasan Kreatif

1. Koordinasi dengan mentor terkait Live Rapat yang dipilih untuk dipromosikan

Gambar 5. 9 Evidence dengan Mentor Terkait Rapat yang Dipilih untuk Dijadikan Video Trailer

Tahapan kegiatan ini berlangsung sesuai rencana yakni pada Minggu II Agustus 2022. Output dari kegiatan ini adalah hasil diskusi terkait rapat yang akan dipromosikan. Output dari kegiatan ini dapat dilihat pada lampiran 3 dalam link google drive dalam file kegiatan 2.

Setelah usai masa reses, kebetulan isu yang sedang hangat adalah kasus kematian Brigadir J yang menarik simpati public yang cukup besar. Muncul isu baru, bahwa DPR seolah bungkam terhadap kasus ini. Hal ini menciptakan spekulasi negatif di masyarakat soal DPR RI.

Maka dari itu, saya mendiskusikan dengan mentor saya apakah isu ini layak untuk diangkat untuk dipromosikan. Akhirnya saya dan mentor sepakat bahwa isu ini akan diangkat sebagai video trailer promosi saya dalam aktualisasi kali ini.

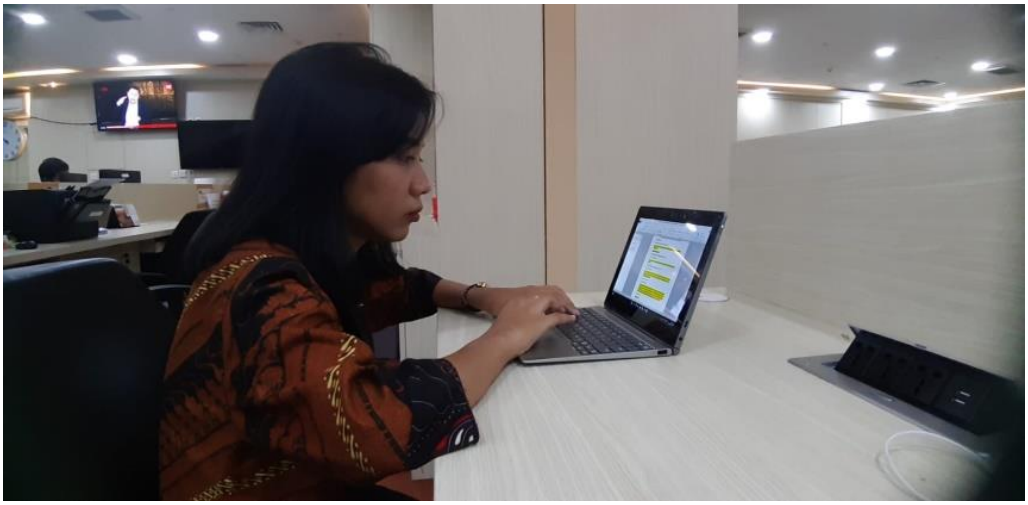
Dalam tahapan kegiatan ini saya menerapkan nilai ASN yakni harmonis dimana saya menciptakan iklim kerja yang baik dengan mentor saya dan bagaimana berrsama-sama memecahkan masalah lewat diskusi. Selain harmonis tahapan ini juga mencerminkan nilai kolaboratif dimana saya dan atasan berkolaborasi menciptakan ide yang sesuai dengan tujuan akhir dalam mempublikasikan live streaming TVR Parlemen.

2. Koordinasi dengan koordinator sosial media terkait media sosial apa saja yang dipakai untuk publikasi video trailer

   Kegiatan ini berlangsung sesuai dengan rencana, yakni pada Minggu II Agustus 2022. Output dari kegiatan ini adalah jadwal publikasi dan media social apa saja yang dipakai untuk posting video trailer. Dari hasil diskusi dengan koordinator social media, media yang dipakai adalah tiktok dan instagram.

   Dalam tahapan kegiatan ini saya menerapkan nilai ASN yakni harmonis dimana saya menciptakan iklim kerja yang baik dengan atasan saya dan bagaimana bersama-sama memecahkan masalah lewat diskusi. Selain harmonis tahapan ini juga mencerminkan nilai kolaboratif dimana saya dan atasan berkolaborasi menciptakan ide yang sesuai dengan tujuan akhir dalam mempublikasikan live streaming TVR Parlemen.

3. Proses penulisan *script* dan konsep *copywriting* untuk promosi



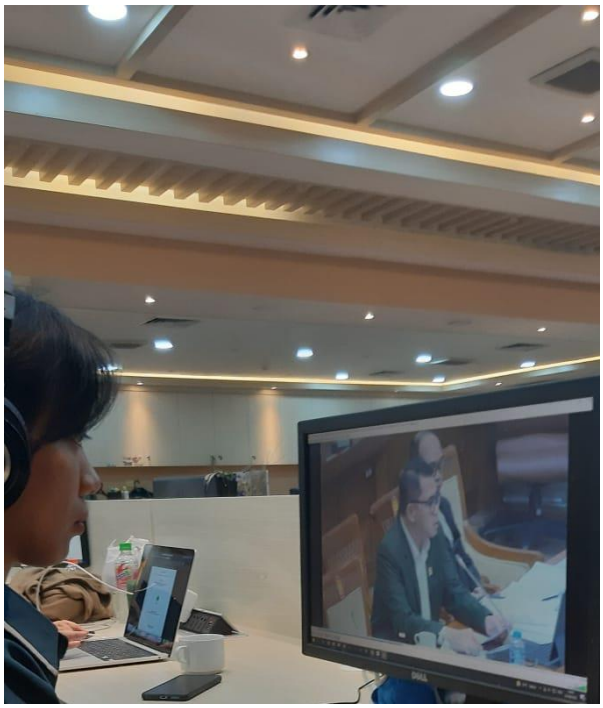
Gambar 5. 10 Evidence Penulisan Script

Kegiatan ini berlangsung mundur dari jadwal yang seharusnya, karena masa sidang DPR RI baru berlangsung setelah minggu II Agustus, sehingga kegiatan ini baru bisa berlangsung di Minggu III Agustus 2022. Output dalam

rancangan aktualisasi ini adalah script penulisan untuk video promosi. Pada tahap ini saya menyusun script dan caption untuk video trailer saya. Pemilihan kata yang tepat karena isu ini menjadi pro dan kontra di masyarakat menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi saya. Bagaimana menciptakan kata-kata yang seerhana namun mengundang orang untuk menonton Raker Komisi III dengan Kapolri yang disiarkan langsung oleh TVR Parlemen.

Pada tahapan ini saya menerapkan nilai ASN yakni kompeten dan adaptif. Kompeten dalam menciptakan sebuah jalan cerita dalam video yang mampu menggugah orang lain untuk menyaksikan kelanjutan dari rapat yang telah berlangsung sebelumnya. Ibarat sebuah film, trailer berperan besar dalam menarik orang-orang memutuskan untuk menonton sebuah film atau tidak. Sedangkan nilai adaptif yakni, mampu menemukan isu-isu terkini, dan harapan-harapan apa yang diharapkan oleh masyarakat dalam kasus ini dan mengemasnya dalam sebuah video trailer.

4. Proses pengumpulan footage video dari masing-masing program yang akan diangkat baik dari Youtube maupun arsip TVR



Gambar 5. 11 Evidence Pemilihan Timecode

Kegiatan ini berlangsung mundur dari jadwal yang seharusnya, karena masa sidang DPR RI baru berlangsung setelah minggu II Agustus, sehingga

kegiatan ini baru bisa berlangsung di Minggu III Agustus 2022Output dari kegiatan ini adalah timecode atau potongan-potongan waktu yang saya gunakan di *script* dalam memudahkan editor melakukan cut dan edit untuk video trailer tersebut. Saya menggunakan arsip video live streaming Komisi III dengan Komnas HAM, Kompolnas dan LPSK dan menentukan timecode dan soundbyte yang sesuai.

Saya memilih pernyataan dari Anggota Komisi III yakni Arteria Dahlan dan Benny K. Harman dalam video tersebut. Pernyataan mereka yang mengundang simpati masyarakat dan berkaitan dengan undangan Komisi III terhadap Kapolri yang rakernya saya jadikan sebagai video trailer.

Dalam tahapan ini saya menerapkan nilai ASN yakni kompeten dan kolaboratif. Dimana pada tahap ini saya harus mampu menentukan pernyataan mana yang mengundang masyarakat untuk menonton live selanjutnya. Saya juga berkolaborasi dengan salah satu tim di social media yang komputernya menyimpan arsip live-live rapat komisi yang telah selesai dilaksanakan.

5. Konsultasi *script* dengan Koordinator sosial media

   Kegiatan ini berlangsung mundur dari jadwal yang seharusnya, karena masa sidang DPR RI baru berlangsung setelah minggu II Agustus, sehingga kegiatan ini baru bisa berlangsung di Minggu III Agustus 2022. Saya mengirimkan script lewat whatsapp dan koordinator social media setuju untuk melanjutkan script ini lalu saya menyerahkan script ke editor. Namun setelah diedit, saya mengirimkan file jadi untuk diperiksa oleh Koordinator Sosial Media dan video saya langsung disetujui.

   Tahapan kegiatan ini menerapakan nilai Ber-Akhlak harmonis yakni menjaga hubungan baik dengan atasan dalam menjaga tercapainya tujuan organisasi.

6. Proses editing video promosi

Gambar 5. 12 Koordinasi dengan Editor TVR Parlemen

Output dari tahapan kegiatan ini adalah video final hasil editing. Video promo ini diedit oleh editor TVR Parlemen. Video tidak diedit sendiri karena proses produksi konten di TVR adalah dalam bentuk tim. Selain video tim editor juga membantu membuatkan thumbnail dari video trailer yang saya buat.

Dalam tahapan ini saya menerapkan nilai ASN yakni harmonis, dimana pada tahapan ini saya berkoordinasi dengan tim editor terkait ide apa yang akan saya tuangkan dalam video trailer dan bahan-bahan apa saja yang sudah tersedia dalam pembuatan video tersebut. Selain harmonis saya juga menerapkan nilai ASN kolaboratif yakni saya dengan skill menulis dan kemampuan menciptakan ide konten berkolaborasi dengan editor yang memiliki kemampuan editing video.

B.3 Proses produksi gagasan kreatif berupa video promosi

1. Pembuatan *thumbnail* video promosi

Gambar 5. 13 Template Thmbnail di Sosial Media

Kegiatan ini berlangsung sesuai dengan jadwal yakni pada Minggu III Agustus 2022. Pembuatan thumbnail dilakukan oleh editor namun dengan koordinasi ddari saya. Output dari kegiatan ini adalah thumbnail dari video trailer yang tayang di social media. Pada tahapan ini saya menerapkan nilai ASN yakni kompeten, bagaimana menggunakan skill yang dimiliki untuk kemajuan instansi. Selain itu juga tahapan kegiatan ini juga menerapkan nilai kolaboratif, dimana terjadi kerjasama dengan saya dan editor.

2. Proses penulisan caption/copywriting untuk postingan video promo

Gambar 5. 14 Evidence Koordinasi terkait Caption

Kegiatan ini berlangsung sesuai dengan jadwal yang ditentukan yakni pada Minggu III Agustus 2022. Output dalam kegiatan ini berupa caption/copywriting yang akan dipakai ketika posting video trailer baik di tiktok maupun di instagram. Pada tahap kegiatan ini saya membuat keterangan (caption) dan mengirimkannya kepada Koordinator Sosial Media untuk dikoreksi. Kegunaan dari caption sendiri sebagai penguat video dan berfungsi sebagai keterangan lebih lengkap dari video yang tidak dapat seluruhnya dimasukkan ke dalam video.

Pada tahapan ini saya menerapkan nilai ASN yakni kompeten, bagaimana menggunakan skill yang dimiliki untuk kemajuan instansi.

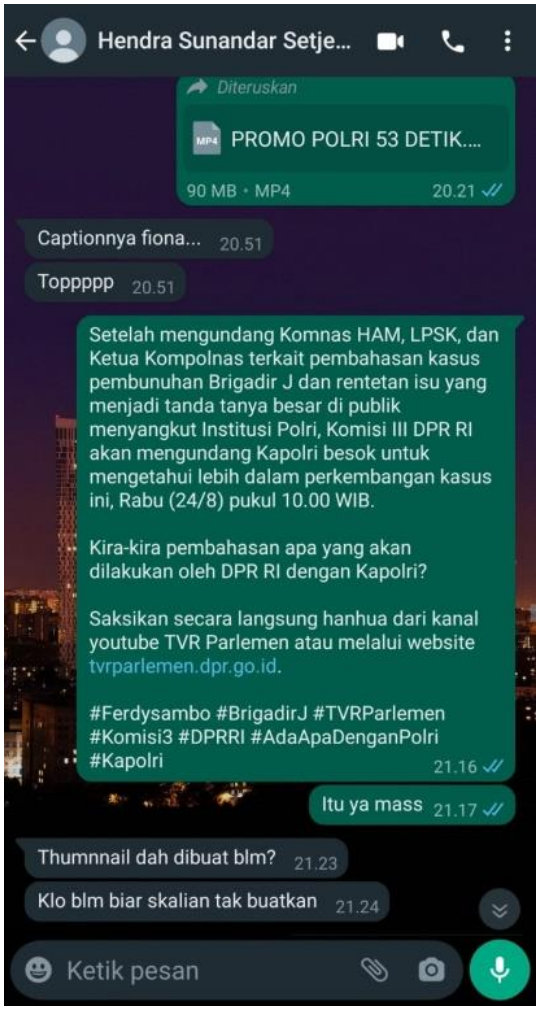
3. Penjadwalan waktu posting video promosi

Kegiatan berlangsung sesuai dengan rencana yyakni pada Minggu III Agustus 2022. Karena jadwal yang mendadak yang diterima terkait agenda

rapat yang bersangkutan, maka proses editing dan produksi konten dilakukan dalam waktu yang singkat. Sehingga waktu tayang dari video adalah pukul 21.00 di tiktok dan pukul 07.00 di instagram. Hal ini sesuai dengan kesepakatan dengan Koordinator Sosial Media TVR Parlemen. Dalam tahapan kegiatan ini saya menerapkan nilai ASN harmonis, yakni melakukan koordinasi dengan Koordinator Sosial Media TVR Parlemen.

B.4 Quality control dan posting ke sosial media

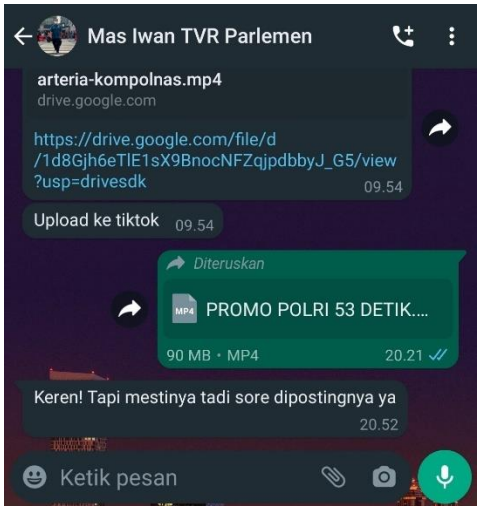
1. Quality Control video promosi yang dibuat



Gambar 5. 15 Quality Control Video dengan Koordinator Sosial Media

Kegiatan ini berlangsung maju dari jadwal yang seharusnya, yakni pada minggu ke-3 Agustus 2022. Jadwal maju dari yang seharusnya karena sidang yang dipilih ternyata ada di Minggu ke-3 Agustus 2022. Sehingga membutuhkan proses yang cepat untuk tahapan kegiatan ini. Quality Control atau koreksi dilakukan langsung oleh Koordinator Tim Sosial Media. Terdapat beberapa koreksi yang dilakukan untuk caption atau keterangan video, namun untuk video secara

keseluruhan, Koordinator Tim Sosial Media menyetujui hasil akhir dari video tersebut. Saya juga turut berkoordinasi dengan produser konten social media, ada sedikit koreksi yang diberikan, karena editor social media yang masih mengerjakan editing news TVR sehingga pekerjaan sedikit menumpuk dan membuat pengerjaan video sedikit terlambat.



Gambar 5. 16 Quality Control dengan Produser Sosmed TVR

2. Posting sesuai jadwal yang telah ditentukan

Gambar 5. 17 Evidence Postingan di Tiktok

Gambar 5. 18 Evidence Postingan di Instagram

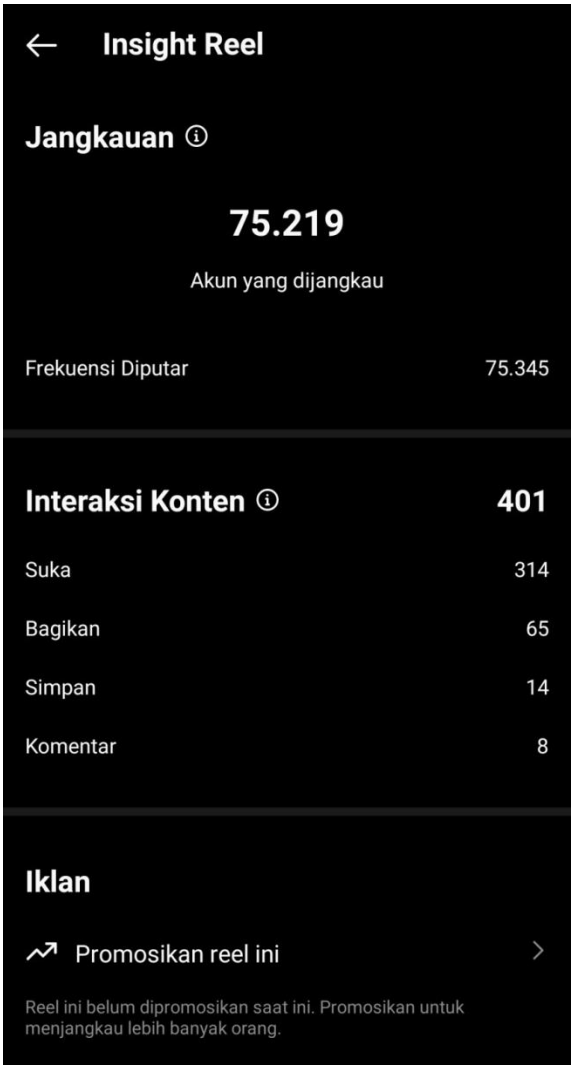
Tahapan kegiatan ini berlangsung maju dari jadwal yang seharusnya karena jadwal rapat yang dipilih ada di Minggu III Agustus 2022. Sehingga tahapan kegiatan maju satu minggu lebih awal. Output dari kegiatan ini adalah postingan di social media yakni instagram dan tiktok. Video trailer diposting di tiktok pada tanggal 23 Agustus 2022 pukul 21.00 dan diposting di instagram pada tanggal 24 Agustus 2022 pada pukul 07.00 pagi.

Tahapan kegiatan ini menerapkan nilai ASN yakni berorientasi pelayanan, dimana sebagai sumber informasi bagai masyarakat terkait kinerja-kinerja DPR RI, TVR Parlemen harus menyediakan informasi yang memberikan pengetahuan kepada masyarakat terkait tayangan-tayangan yang berkaitan dengan kinerja DPR RI. Selain itu, tahapan kegiatan ini juga menerapkan nilai kompeten, adaptif dan loyal. Kompeten dalam hal kemampuan dalam mengelola social media yang baik dan juga menggunakan social media sebagai media informasi bagi masyarakat. Adaptif yakni kemampuan memanfaatkan teknologi yang ada untuk

memberikan perubahan dalam masyarakat. Loyal, pekerjaan sebagai seorang admin social media adalah pekerjaan 24 jam. Tidak mengenal jam kerja, konten harus naik ketika waktunya untuk naik, tidak peduli apakah itu sudah berada di luar jam kerja ataupun tidak.

B.5 Evaluasi hasil video promosi

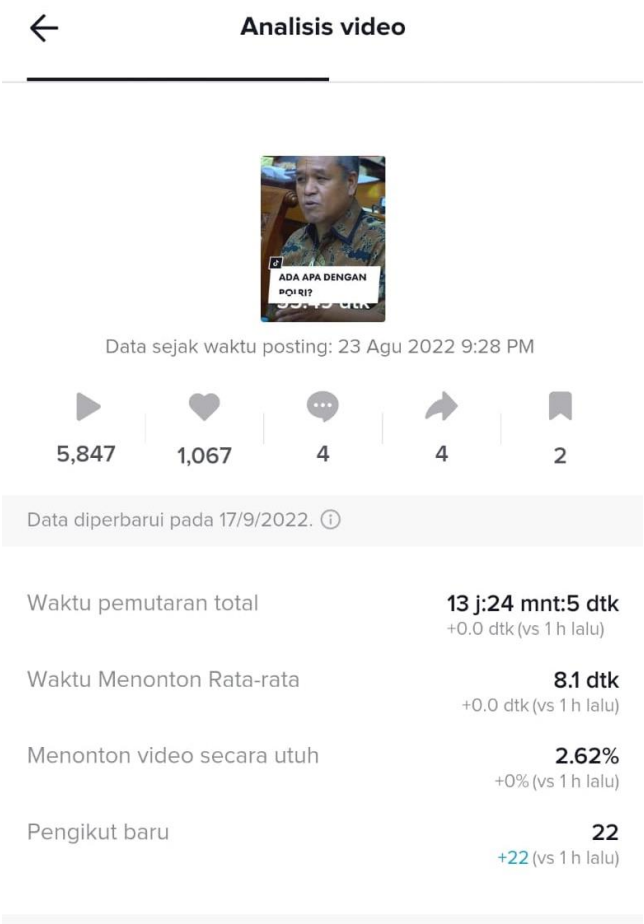
1. Evaluasi *engagement* video promosi yang tayang di sosial media



Gambar 5. 19 Engagement Video Trailer di Instagram

Kegiatan ini maju dari jadwal yang seharusnya yakni dari Minggu I September 2022 menjadi Minggu IV Agustus 2022. Saya memutuskan untuk melakukan pengamatan social media selama dua minggu setelah jadwal posting. Output dari kegiatan ini adalah evaluasi hasil enggament dari video trailer yang tayang di tiktok dan instagram. Video ini memperoleh 75.219 akun yang dijangkau dengan frekuensi diputar sebanyak 75.345 kali di Instagram. Video di instagram memperoleh like

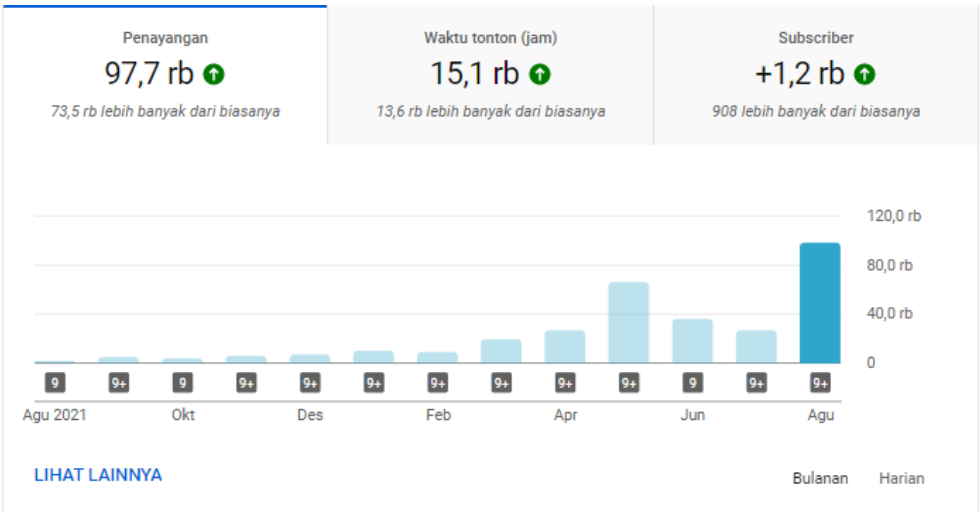
sebanyak 314 likes, dibagikan sebanyak 65 kali, disimpan oleh 14 akun dan dikomentari oleh 8 akun.



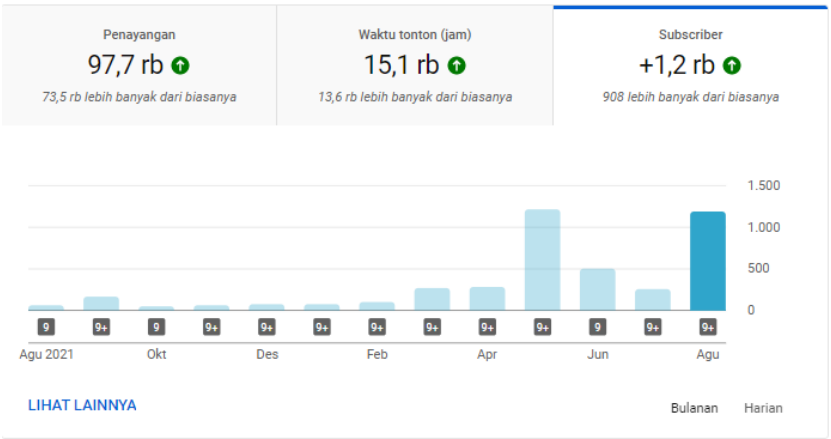
Gambar 5. 20 Engagement Video Trailer di Tiktok

Postingan di tiktok memperoleh like sebanyak 1067, penayangan 5789, 4 komentar, 4 share ke sosial media lain, dan disimpan oleh 2 akun. Tahapan kegiatan ini menerapkan nilai ASN diantaranya akuntabel dan kompeten. Dimana pada tahap ini, output jadi dari aktualisasi kemudian dievaluasi dan dinilai sejauh mana kinerjanya dan hasil capaiannya. Tahapan kegiatan ini sangat penting dalam pengelolaan sebuah social media agar mampu melakukan evaluasi dan menentukan rencana ke depannya.

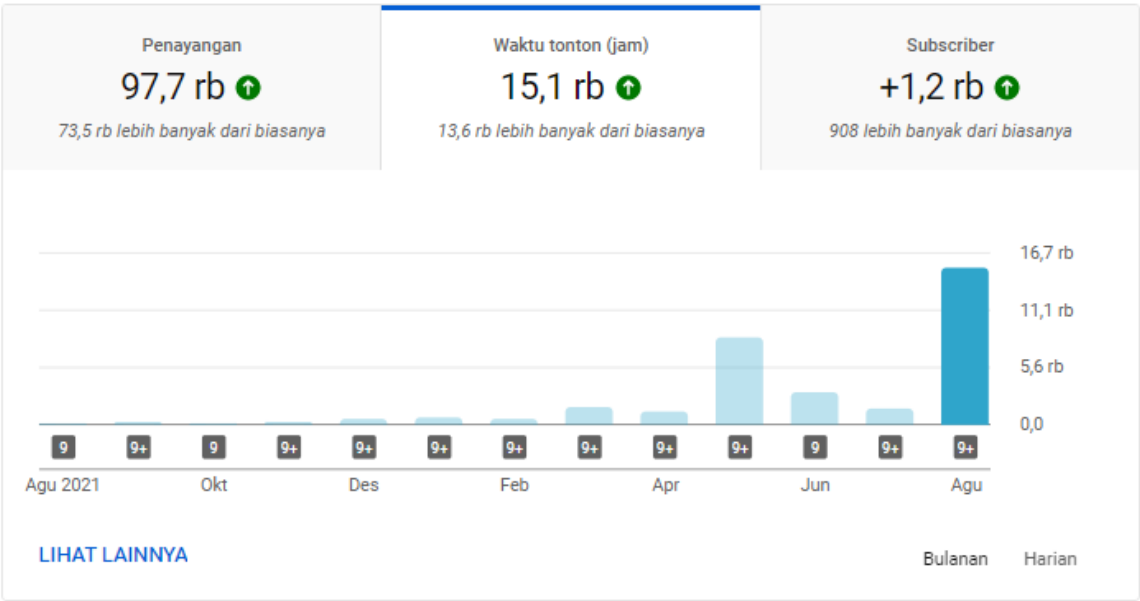
2. Evaluasi *engagement* konten terkait terhadap video *trailer* yang dibuat



Gambar 5. 21 Grafik Jumlah Penayangan di Bulan Agustus



Gambar 5. 22 Grafik Jumlah Peningkatan Subscriber di Bulan Agustus



Gambar 5. 23 Grafik Jumlah Waktu Tonton Video di Bulan Agustus

Konten	Penayangan		Waktu tonton (jam)		Subscriber		Tayangan	Rasio klik-tayang dari tayangan
Total	**97.722**		**15.129,1**		**1.178**		**1.170.127**	**6,2%**
LIVE STREAMING TVR PARLEMEN	8.985	9,2%	3.130,1	20,7%	49	4,2%	39.679	17,6%
KOMISI III DPR RI RAKER DENGAN KAPOLRI - RABU 24 AGUSTUS 2...	11.980	12,3%	3.023,1	20,0%	71	6,0%	89.737	11,1%
KOMISI III RAKER DENGAN KAPOLRI, 24 AGUSTUS 2022	7.195	7,4%	2.364,7	15,6%	60	5,1%	34.851	13,7%
LIVE STREAMING TVR PARLEMEN	4.793	4,9%	932,4	6,2%	29	2,5%	34.985	9,7%
KOMISI III DPR RI RAKER DENGAN KAPOLRI - RABU 24 AGUSTUS 2...	3.202	3,3%	740,3	4,9%	15	1,3%	18.141	15,0%
LIVE STREAMING TVR PARLEMEN	2.732	2,8%	657,7	4,4%	16	1,4%	7.335	24,8%
LIVE STREAMING TVR PARLEMEN	2.222	2,3%	539,8	3,6%	18	1,5%	11.287	16,5%
LIVE STREAMING TVR PARLEMEN	1.255	1,3%	279,4	1,9%	6	0,5%	8.264	12,1%
LIVE STREAMING TVR PARLEMEN	1.033	1,1%	184,1	1,2%	13	1,1%	5.791	14,7%
KOMISI VIII DPR RI FIT AND PROPER TES CALON ANGGOTA DEWA...	586	0,6%	131,4	0,9%	4	0,3%	2.052	11,7%

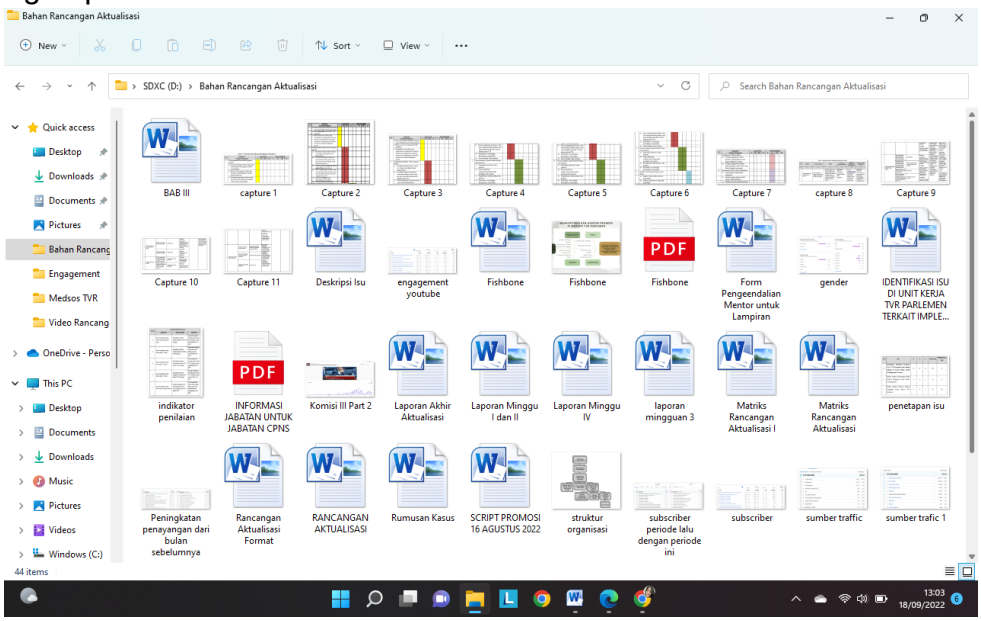
Gambar 5. 24 Rating Video dengan Penayangan Tertinggi di Agustus

Output dari tahapan kegiatan ini adalah data engagement dari Video Live Streaming Raker Komisi III dengan Kapolri yang dapat dilihat dalam lampiran kegiatan 5 di link google drive yang tersedia. Dalam tahapan ini selama dua minggu saya mengamati bagaimana pengaruh video trailer promosi terhadap video live streaming yang dipromosikan. Video trailer di social media TVR Parlemen ternyata sangat berpengaruh terhadap kenaikan viewers dari live tersebut. Dimana Live Streaming dari Ruang Sidang “Raker Komisi III dengan Kapolri” yang terbagi menjadi 3 sesi live ditonton sebanyak 22.377 penayangan dan bundle live streaming TVR Parlemen yang didalamnya juga salah satunya menyiarkan Raker Komisi III dengan Kapolri ditonton sebanyak 8.985 kali.

Tahapan kegiatan ini menerapkan nilai ASN diantaranya akuntabel dan kompeten. Dimana pada tahap ini, output jadi dari aktualisasi kemudian dievaluasi dan dinilai sejauh mana kinerjanya dan hasil capaiannya. Tahapan kegiatan ini sangat penting dalam pengelolaan sebuah social media agar mampu melakukan evaluasi dan menentukan rencana ke depannya.

B.6 Penyusunan Laporan Akhir Aktualisasi

1. Pengumpulan bahan-bahan aktualisasi



Gambar 5. 25 Evidence Bahan-Bahan Penyusunan Aktualisasi

Kegiatan ini berlangsung sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan yakni Minggu II September. Output dari kegiatan ini adalah bahan-bahan penyusunan aktualisasi seperti draft laporan, kartu pengendalian coach dan mentor, output-output setiap tahapan kegiatan yang digunakan untuk penyusunan laporan akhir aktualisasi.

Pada tahapan ini saya menerapkan nilai ASN yakni akuntabel dimana kemampuan untuk mempertanggungjawabkan sebuah pekerjaan atau rencana kegiatan.

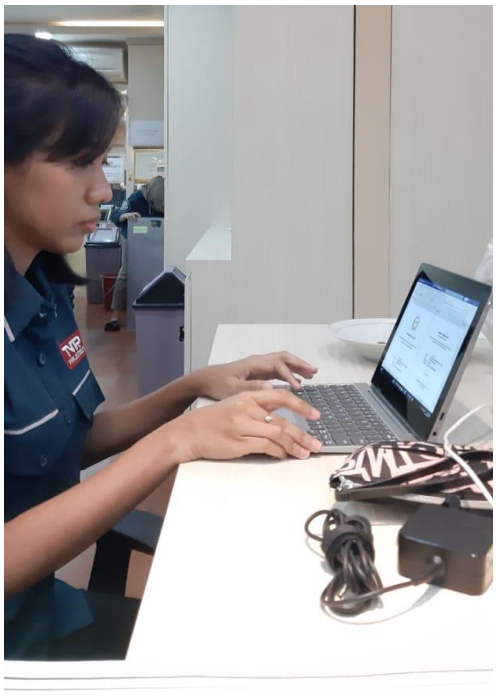
2. Diskusi dengan mentor terkait laporan akhir aktualisasi

Gambar 5. 26 Evidence Diskusi dengan Mentor Terkait Laporan Akhir Aktualisasi

Kegiatan ini berlangsung sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan yakni Minggu II September. Output dari kegiatan ini adalah hasil diskusi dengan mentor terkait penyusunan laporan aktualisasi yang dapat dilihat pada lempira dalam file google drive dengan nama file Output Kegiatan 6. Pada tahapan ini mentor memberi dukungan terkait laporan aktualisasi yang saya buat.

Pada tahapan ini saya menerapkan nilai ASN yakni harmonis yakni menciptakan hubungan yang harmonis dengan atasan dalam rangka mencapai visi misi instansi.

3. Finalisasi laporan akhir aktualisasi



Gambar 5. 27 Evidence Penyusunan Laporan Aktualisasi

Output dari kegiatan ini adalah draft laporan aktualisasi. Pada kegiatan ini saya menyusun laporan aktualisasi setelah berkonsultasi dengan mentor dan coach. Pada tahapan ini saya menerapkan nilai ASN kolaboratif dan harmonis, dimana saya berkonsultasi dengan atasan dalam menyelesaikan laporan aktualisasi ini.

C. Stakeholder

Berikut merupakan pihak-pihak terkait aktualisasi yang telah terlaksana baik secara internal maupun eksternal:

1. Internal

Berikut merupakan pihak yang menjadi stakeholder internal dalam rancangan aktualisasi kali ini:

a. Kepala Bagian TVR Parlemen

Sebagai seorang yang memimpin TVR Parlemen, Kabag TVR Parlemen merupakan pihak yang bertanggung jawab terhadap perkembangan program-program yang ada di TVR Parlemen termasuk publikasi.

b. Kepala Sub Bagian Program Televisi

Sebagai seorang yang bertanggung jawab terhadap program-program yang ada di TVR. Kasubag Program juga berperan dalam memastikan publikasi program-programnya berlangsung dengan baik.

c. Kepala Sub Bagian Teknik Televisi

Sebagai atasan langsung, Kasubag Teknik Televisi TVR Parlemen merupakan pihak yang membawahi bagian Media Sosial yang memiliki kewenangan untuk memberikan persetujuan dan izin terkait dengan aktualisasi yang akan dijalankan di bagian kameramen.

d. Mentor

Sebagai pihak yang memberikan masukan dan arahan terkait dengan aktualisasi yang akan dijalankan di bagian Media Sosial.

e. Koordinator Sosial Media

Sebagai pihak yang berwenang dalam memberi pembagian tiap-tiap staff di media social dan memimpin jalannya tim serta mengetahui bahan-bahan penyusunan program aktualisasi,

f. Staff Media Sosial

Sebagai pihak yang memberikan masukan dan akan membantu menjalankan proses aktualisasi.

2. **Eksternal**

Berikut merupakan pihak yang menjadi stakeholder eksternal dalam rancangan aktualisasi ini:

a. **Coach**

Sebagai pihak yang memberikan masukkan terkait perancangan aktualisasi

b. **Sekretariat Komisi/Alat Kelengkapan Dewan**

Sebagai pihak yang memberikan informasi terkait jadwal rapat DPR RI.

c. **DPR RI**

Sebagai pihak yang melaksanakan rapat dan menjadi wakil rakyat.

d. **Masyarakat**

Sebagai pihak yang menerima informasi terkait rapat-rapat yang berkaitan dengan keberlangsungan hidup orang banyak.

D. Kendala dan Strategi Menghadapi Kendala

Berikut merupakan kendala-kjendala yang saya hadapi selama melaksanakan aktualisasi di masa habituasi:

Tabel 5. 2 Kendala dan Strategi Menghadapi Kendala

Kendala	Strategi Menghadapi Kendala
Antrian konten harian yang menumpuk membuat komunikasi membuat konten tidak bisa naik tepat waktu	Untuk bisa memposting sesuai timeline, jadwal dapat dilihat melalui agenda yang ada di website dpr.go.id
Agenda di website dpr.go.id terkadang lama dalam memposting agenda, cenderung h-2 atau h-1	Kerja tim yang solid antara produser konten dan editor, agar script tentang trailer video dapat masuk antrian pertama dalam proses editing disbanding konten lainnya (Membuat prioritas konten)
Jadwal rapat DPR RI bersifat tentative, atau tidak bisa diprediksi. Ada rapat yang bersifat tertutup atau pun terbuka dan hanya bisa diiketahui	Menyiapkan plan B, berupa postingan pengumuman terkait perubahan jadwal.

ketika rapat berlangsung.	

E. Analisis Dampak

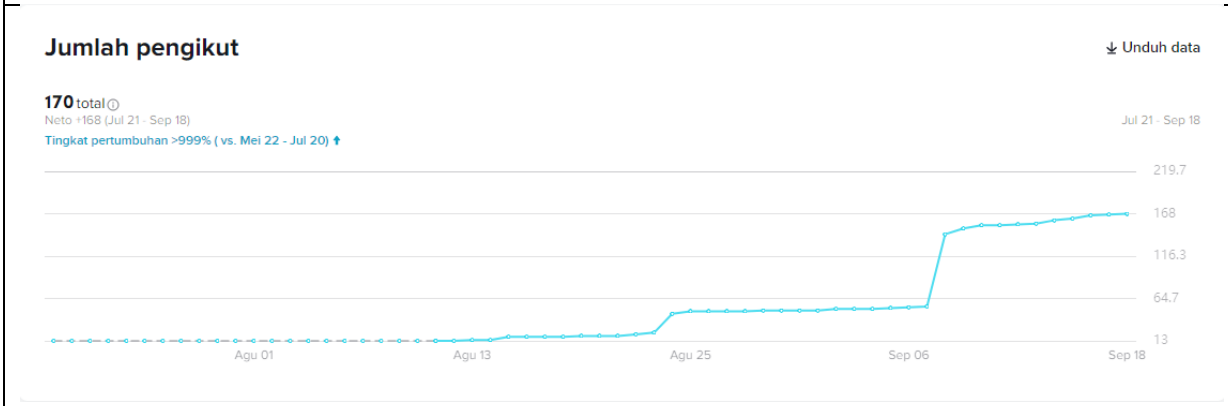
Adapun dampak yang diperoleh dengan pelaksanaan aktualisasi ini:

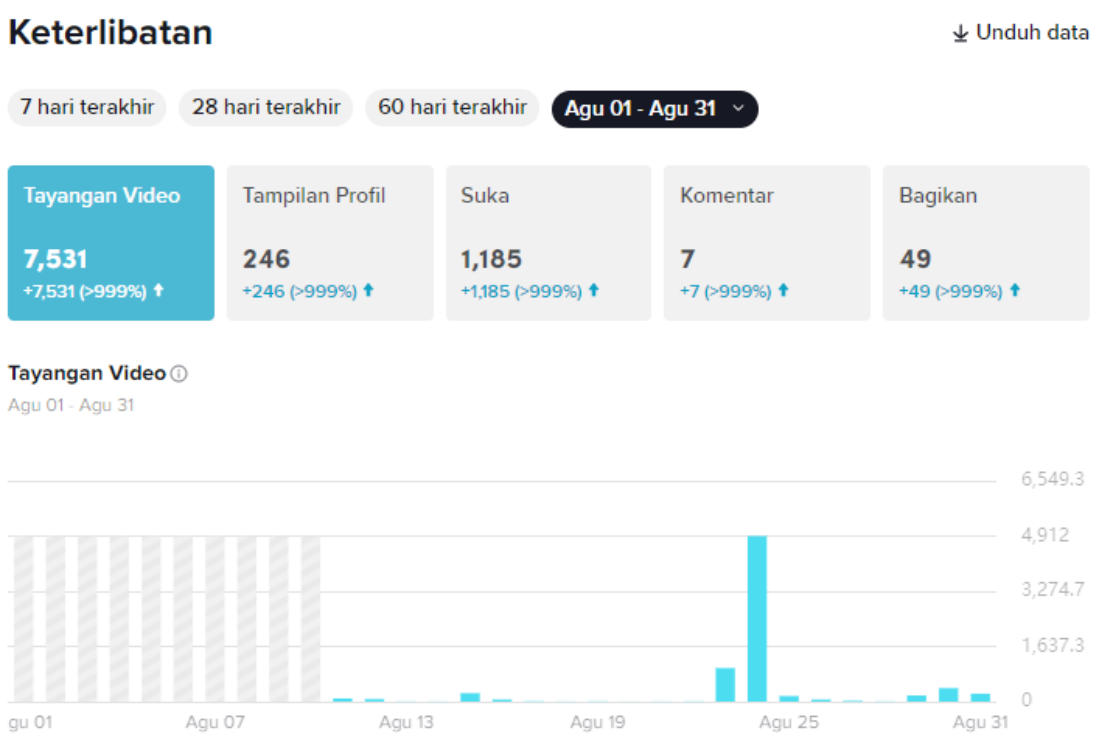
1. Peningkatan penonton Live Streaming dari Ruang Sidang DPR RI
2. Peningkatan engagement dari media social milik TVR Parlemen
3. Publikasi Ruang Sidang TVR Parlemen terlaksana dengan baik, public menjadi paham terhadap tugas dan fungsi DPR RI lewat sidang-sidang yang dapat mereka tonton
4. Mengcounter berita miring soal DPR RI
5. Peningkatan brand awareness TVR Parlemen

F. Perubahan Sebelum dan Sesudah Aktualisasi

Berikut ini merupakan perubahan yang terjadi sebelum adanya aktualisasi dengan sesudah adanya aktualisasi. Perbandingan engagement yang dilakukan yakni antar Periode 1 Juli-31 Juli 2022 dibanding dengan 1 Agustus-31 Agustus 2022.

Tabel 5. 3 Tabel Perubahan Sebelum dan Sesudah Aktualisasi

SEBELUM	SESUDAH
TIKTOK	
	
Pengikut tiktok pada tanggal 11 Agustus 2022 hanya 13 orang	Pengikut tiktok mengalami kenaikan yang signifikan yakni sebanyak 78 pengikut pada 25 Agustus 2022 dan sudah mencapai 163 orang pada 16 September

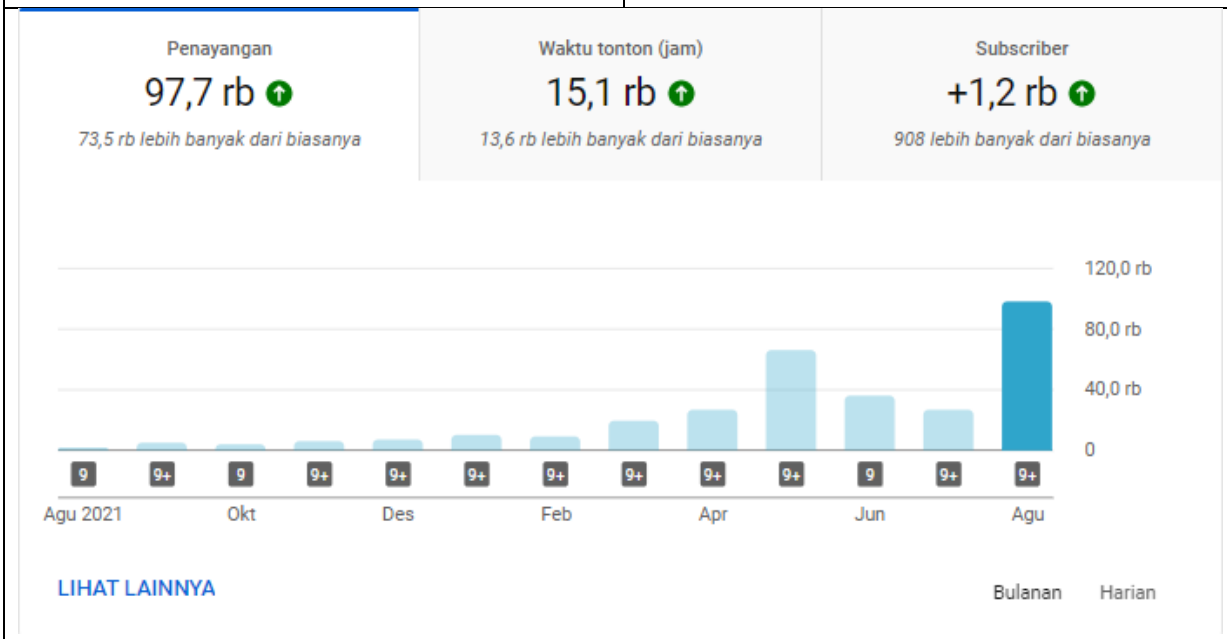
	2022
	
Tayangan tertinggi di bulan Juli sebanyak 208 tayangan dengan jumlah 8 like.	Mendapat postingan dengan penayangan tertinggi di bulan Agustus yakni sebesar 995 penayangan pada 23 Agustus 2022 (Jadwal Tayang) dan meningkat sebesar 4912 penayangan pada 24 Agustus 2022, total per 5 September 2022 sudah mendapat 5789 penayangan. Engagement mengalami peningkatan sebesar 19,4%. Memberi dampak kenaikan engagement pada postingan lainnya. (Tampilan Profil+Suka+Komentar+Bagikan):Total Penayangan × 100%= 19,4%
INSTAGRAM	

<table>
<tr><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>Akun yang dijangkau pada bulan Juli berada di angka 190.000 akun</td><td>Instagram menjangkau 269.867 akun periode Agustus meningkat 41,8% vs 1 Juli-31 Juli</td></tr>
<tr><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>Menjangkau 1.150 pengikut dan 189.000 akun bukan pengikut pada Bulan Juli</td><td>Menjangkau 2.158 pengikut dan 267.000 bukan pengikut di Bulan Agustus, meningkat 41,5% vs 1 Juli-31 Juli</td></tr>
<tr><td>Jangkauan konten di bulan Juli, 187.000</td><td>Jangkauan konten, reels menjangkau</td></tr>
</table>

akun, postingan 4.382 akun	267.000 akun, postingan 6.614 akun
Akun mendapat impresi sebesar 216.188 di Bulan Juli	Akun mendapat impresi sebesar 437.183 di bulan Agustus meningkat sebanyak 102% dari bulan Juli
Mendapat kunjungan profil sebanyak 2.819 pada bulan Juli	Mendapat kunjungan profil sebanyak 4.986 akun, meningkat 76,8% dari bulan sebelumnya
Jumlah orang yang klik situs web sebanyak 54 orang	Jumlah orang yang klik situs web meningkat sebanyak 81,4% yakni sebanyak 98 orang
Youtube	

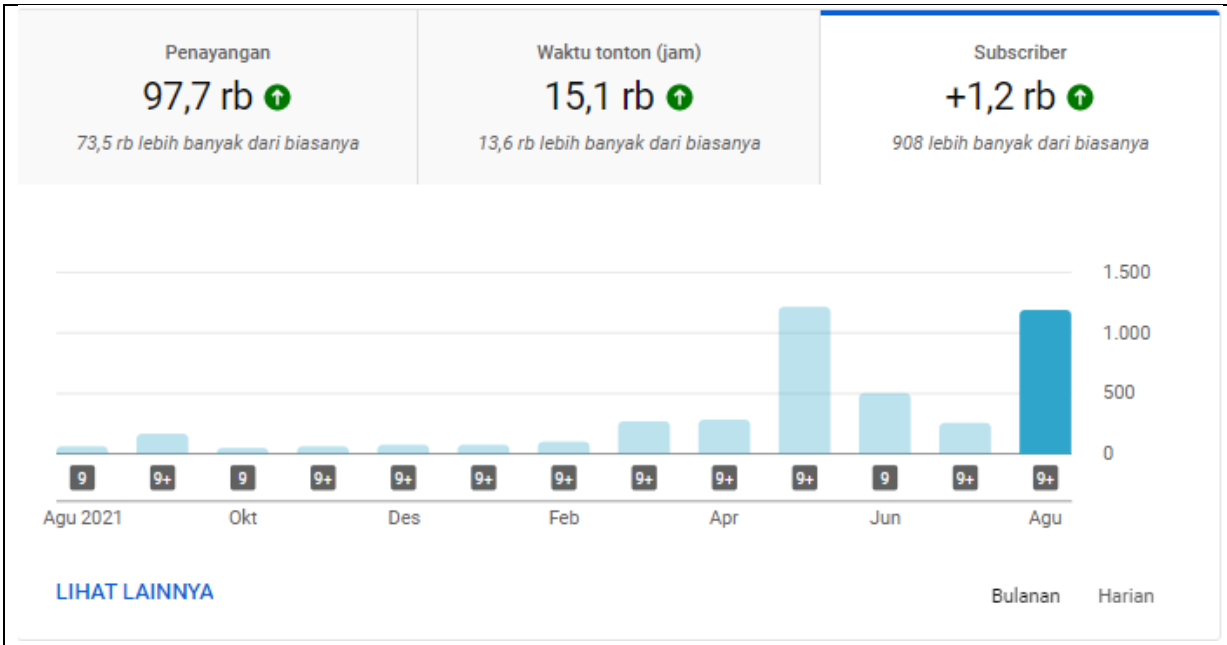
Foto yang dilampirkan sebelum aktualisasi, yakni jumlah tayangan dari sebuah live streaming di Youtube adalah 38x ditonton.

Jumlah penonton live streaming yang dipromosikan lewat video trailer, penonton meningkat tajam berada di 12.000 lebih penonton



Penayangan di Bulan Juli sebanyak 26,4 ribu dengan waktu tonton 1,6 ribu jam

Penayangan di Bulan Agustus sebanyak 97.722 penayangan meningkat sebanyak 73,5 ribu dari bulan Juli dengan waktu tonton 15,121 jam



Subscriber bertambah sebanyak 256 orang pada Bulan Juli 2022	Subscriber bertambah 1.178 pada Bulan Agustus 2022 meningkat 908 dari Bulan Juli

Konten	Penayangan		Waktu tonton (jam)		Subscriber		Tayangan	Rasio klik-tayang dari tayangan
Total	**97.722**		**15.129,1**		**1.178**		**1.170.127**	**6,2%**
LIVE STREAMING TVR PARLEMEN	8.985	9,2%	3.130,1	20,7%	49	4,2%	39.679	17,6%
KOMISI III DPR RI RAKER DENGAN KAPOLRI - RABU 24 AGUSTUS 2...	11.980	12,3%	3.023,1	20,0%	71	6,0%	89.737	11,1%
KOMISI III RAKER DENGAN KAPOLRI, 24 AGUSTUS 2022	7.195	7,4%	2.364,7	15,6%	60	5,1%	34.851	13,7%
LIVE STREAMING TVR PARLEMEN	4.793	4,9%	932,4	6,2%	29	2,5%	34.985	9,7%
KOMISI III DPR RI RAKER DENGAN KAPOLRI - RABU 24 AGUSTUS 2...	3.202	3,3%	740,3	4,9%	15	1,3%	18.141	15,0%
LIVE STREAMING TVR PARLEMEN	2.732	2,8%	657,7	4,4%	16	1,4%	7.335	24,8%
LIVE STREAMING TVR PARLEMEN	2.222	2,3%	539,8	3,6%	18	1,5%	11.287	16,5%
LIVE STREAMING TVR PARLEMEN	1.255	1,3%	279,4	1,9%	6	0,5%	8.264	12,1%
LIVE STREAMING TVR PARLEMEN	1.033	1,1%	184,1	1,2%	13	1,1%	5.791	14,7%
KOMISI VIII DPR RI FIT AND PROPER TES CALON ANGGOTA DEWA...	586	0,6%	131,4	0,9%	4	0,3%	2.052	11,7%

Tiga konten popular selama Bulan Juli berturut-turut adalah Kabar Nusantara: Bagaimana Nasib Guru Honorer dengan 722 penayangan, disusul Seminar TVR Day's dengan 599 penayangan dan TVR 120: DPR Pertanyakan Status Lulusan STPN DIY sebesar 597 penayangan	Tiga Konten popular selama Bulan Agustus berturut-turut adalah Komisi III Raker denga Kapolri Part II sebanyak 11.980 penayangan, Live Streaming TVR Parlemen sebanyak 8.985 penayangan, dan Komisi III Raker dengan Kapolri 7.195 penayangan

BAB VI
PENUTUP

A. KESIMPULAN

Program aktualisasi berjudul “Optimalisasi Publikasi Live Streaming dari Ruang Sidang DPR RI lewat Pembuatan Video Trailer Promosi” mendapatkan atensi yang bagus dari masyarakat. Hal ini terbukti tidak hanya dengan peningkatan viewers program yang dipromosikan, namun juga peningkatan terhadap engagement akun-akun yang dimiliki TVR Parlemen lainnya.

Artinya, sebuah tayangan sebaik apapun tetap membutuhkan sebuah promosi agar diketahui oleh masyarakat. Ibarat sebuah produk yang kaya khasiat atau memiliki rasa lezat apabila tidak diketahui masyarakat produk itu tidak akan mengalami peningkatan penjualan. Sama halnya dengan program-program di TVR Parlemen, banyak sekali program-program yang bagus dan menunjang citra DPR RI, salah satunya live streaming Dari Ruang Sidang. Namun, nyatanya masyarakat belum mengetahui bahwa kanal Youtube TVR Parlemen menayangkan siaran langsung setiap kegiatan Anggota DPR RI tersebut.

Pada hakikatnya program ini menerapkan keseluruhan dari nilai Ber-AKHLAK ASN, Manajemen ASN dan juga Smart ASN. Nilai Ber-AKHLAK tercermin dalam tiap tahapan kegiatan yang secara tersirat atau tersurat menuntut pelakunya untuk menerapkan nilai Ber-AKHLAK. Manajemen ASN tentu sangat diperlukan dalam tiap tahapan kegiatan, apalagi social media, tidak bisa dikerjakan hanya oleh satu orang, diperlukan kerja sama tim yang baik, kemampuan *brainstorming* ide konten, dan kemampuan memecahkan masalah lewat diskusi. Sedangkan Smart ASN diterapkan dalam penerapan penggunaan teknologi dalam kegiatan ini. Hampir seluruh tahapan kegiatan memanfaatkan teknologi yang ada. Apalagi social media membutuhkan kerja yang cepat dan tepat, tidak lagi berpaku kepada birokrasi yang lama, namun penerapan reformasi birokrasi sangat berperan untuk kemajuan dan pencapaian visi misi dari sebuah instansi.

B. SARAN

Adapun saran untuk instansi/unit kerja ke depannya:

1. Promosi ibarat bahan bakar dalam sebuah kendaraan, tanpa promosi, program sebaik dan sebagus apapun akan berjalan di tempat, oleh karena itu sebaiknya penambahan SDM di tim social media sebagai penguat dalam bagian promosi
2. Ke depannya program yang dipromosikan tidak hanya Dari Ruang Sidang tetapi program-program baik lainnya yang sangat patut untuk ditonton dan diketahui khalayak
3. Pembaharuan agenda di website DPR harus lebih cepat dan actual agar pembuatan video trailer juga dapat berlangsung dengan cepat dan efektif

Daftar Pustaka

Pemerintah Indonesia. 2014. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara (ASN). Jakarta

Pemerintah Indonesia. 2018. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2018, tentang Nomenklatur Jabatan Palaksana bagi Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Instansi Pemerintah. Jakarta: Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia

Pemerintah Indonesia.2020. Peraturan Pemerintah (PP) No.17 Tahun 2020 tentang Manajemen PNS. Jakarta

Pemerintah Indonesia.2020. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2020 tentang Setjen DPR RI. Jakarta: Sekretaris Jenderal DPR RI

Pemerintah Indonesia. 2021. Peraturan Lembaga Administrasi Negara Nomor 1 Tahun 2021 tentang Pelatihan Dasar Calon Pegawai Negeri Sipil. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara RI

Pemerintah Indonesia. 2021. Peraturan Sekretaris Jenderal (Persekjen) DPR RI Nomor 6 tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal DPR RI. Jakarta: Sekretaris Jenderal DPR RI

Pemerintah Indonesia. 2021. Peraturan Sekretariat Jenderal (Persekjen) DPR RI Nomor 6 tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal DPR RI. Jakarta: Sekretaris Jenderal DPR RI

LAMPIRAN

SEKRETARIAT JENDERAL
DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA
JLN. JENDERAL GATOT SUBROTO JAKARTA KODE POS 10270
TELP. (021) 5715 349 FAX. (021) 5715 423 / 5715 925 LAMAN : www.dpr.go.id

FORMULIR ALAT BANTU PENGENDALIAN MENTOR
PADA PELAKSANAAN AKTUALISASI
PELATIHAN DASAR CPNS TAHUN 2022

Nama Peserta : Viona Margareth Elisabeth Matullessya, S.I.Kom
NIP : 199703252022022001
Unit Kerja : TVR Parlemen
Jabatan : Jurnalis
Isu Kegiatan : Belum Optimalnya Publikasi Program Live TVR Parlemen dari Ruang Sidang di Sosial Media untuk Meningkatkan Viewers

Nama Mentor : M. Ibnurkhalid, S.Pd

NO	TANGGAL	Tahapan Kegiatan	Output	Keterkaitan Substansi Pelatihan	Penguatan Terhadap Visi Misi Organisasi	Penguatan Nilai Organisasi	CATATAN MENTOR	PARAF
1.		Konsultasi dengan mentor terkait isu yang diangkat dan gagasan kreatif yang diusung	- Notulen hasil diskusi - Dokumentasi proses diskusi	**Berorientasi pelayanan** Mendengarkan masukan berbagai pihak **Akuntabel** Membuat perancangan terperinci dalam rangka mengembangkan organisasi **Kolaboratif** Berkolaborasi dengan divisi program dalam rangka pengembangan organisasi **Harmonis** Mempertimbangkan masukan dari rekan	Kegiatan pengumpulan data, penyusunan bahan, proses editing video, proses publikasi, quality control hingga penyusunan laporan dalam membuat gagasan ide berupa trailer video promosi program live dari ruang rapat parlemen sesuai dengan visi Sekretariat Jenderal DPR RI	**Berorientasi Pelayanan** Baik dalam proses pengumpulan data, pengumpulan bahan publikasi, penyusunan bahan, dan publikasi, kegiatan ini akan menyediakan informasi terkait DPR RI bagi masyarakat. Dalam hal ini saya telah menerapkan nilai Berorientasi Pelayanan. **Akuntabel** Membuat video promo untuk publikasi DPR RI	lanjutkan	
		Riset terkait gagasan kreatif yang diusung, membandingkan dengan media-media lain	- Contoh konten promosi di media sosial media lain sebagain inspirasi pembuatan					
		Diskusi dengan tim media sosial terkait masukan-masukan yang hendak diberikan terhadap gagasan kreatif yang diajukan	- Informasi terkait data engagement Sosmed TVR - Masukan terhadap gagasan ide - Notulen hasil diskusi					

			- Dokumentasi proses diskusi	kerja dalam rangka mencapai tujuan **Loyal** Merancangkan ide-ide yang berkaitan dengan pengembangan organisasi **Adaptif** Peka terhadap perubahan yang ada, trend-trend yang sedang berkembang, mau belajar dari pihak lain **Kompeten** Melakukan berbagai riset terkait dengan penyusunan konten	yaitu menjadi Sekretariat Jenderal yang Profesional dan Modern dalam mendukung Visi Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI). Modern memiliki arti memanfaatkan teknologi untuk mendukung pelaksanaan tugas dan fungsi serta kemudahan akses informasi bagi publik. Berbagai tahapan yang saya lakukan ini adalah dalam rangka memaksimalkan publikasi siding-sidang rapat DPR RI agar semakln diketahui khalayak. Hal ini juga berguna dalam meningkatkan citra DPR RI yang selama ini sering dianggap	merupakan salah satu penerapan nilai Akuntabel dimana saya bertanggungjawab dalam tugas yang saya emban sebagai seorang jurnalis di DPR RI untuk mempublikasikan dan meningkatkan citra DPR RI. **Kompeten** Membuat terobosan baru yang kreatif dengan menggabungkan berbagai skill seperti menulis, edititing, riset, dan publikasi adalah bentuk penerapan nilai Kompeten. **Harmonis** Bekoordinasi dengan rekan setim, koodinator social media, mentor maupun coach merupakan upaya saya dalam menciptakan hubungan yang harmonis dengan tiap lini yang ada dalam upaya		
		Riset dimana dapat memperoleh akses arsip untuk bahan penyusunan konten	Data dimana memperoleh bahan/footage					
		Riset *prime time* sosial media TVR Parlemen	Data waktu prime time sosial media parlemen					
		Menentukan satu sidang yang membahas isu paling krusial dan pro kontra di masyarakat lewat agenda setting dan menghubungi sekretariat komisi atau badan kelengkapan dewan	Jadwal sidang yang akan diambil sebagai salah satu contoh video promo					
2.		Koordinasi dengan mentor terkait Live Rapat yang dipilih untuk dipromosikan	Hasil Diskusi	**Harmonis** Menciptakan hubungan yang baik dengan atasan dalam rangka mencapai tujuan				Lanjutkan

		Pembuatan *thumbnail* video promosi	Draft thumbnail	**Kompeten** Mengerjakan tugas pokok dan fungsi yang diberikan sesuai skill yang dimiliki **Akuntabel** Menunjukkan tanggung-jawab pengembangan profesi sesuai dengan visi dan misi organisasi		lain di social media merupakan bentuk kolaborasi dengan rekan setim.		
		Proses penulisan *caption/copywriting* untuk postingan video promo	Draft Caption					
3.		Penjadwalan waktu posting video promosi	Draft jadwal waktu posting video				Postingan sudah sesuai	
		Konsultasi dengan Koordinator Sosial Media TVR Parlemen terkait hasil video promosi	Hasil Diskusi					
		Konsultasi dengan mentor terkait hasil video promosi	Hasil Diskusi					

		Koordinasi dengan koordinator sosial media terkait media sosial apa saja yang akan dipakai untuk melakukan promosi	Daftar sosial media yang akan digunakan untuk posting	pengembangan organisasi **Kompeten** Membuat script dan mengumpulkan bahan sesuai dengan tugas pokok dan fungsi untuk mengembangkan TVR Parlemen **Kolaboratif** Berkolaborasi dengan rekan kerja terhadap proses pengumpulan bahan terkait penyusunan video promosi.	tidak bekerja dan memberi kontribusi kepada masyarakat Indonesia. Dengan melakukan secara massif promosi tentang tayangan live dari ruang rapat ini diharapkan terjadi peningkatan viewers dan distribusi konten yang efektif terkait DPR RI dalam menjalankan fungsinya.	mencapai visi misi organisasi. **Loyal** Merancangkan ide-ide yang berrkaitan dengan kemajuan organisasi dan mencapai tujuan baik organisasi adalah bentuk rasa loyal saya terhadap organisasi. **Adaptif** Menelaborasi kemajuan teknologi yang ada seperti social media, editing video, penguatan konten dll. Merupakan bentuk penerapan nilai Adaptif yang saya lakukan dalam rancangan aktualisasi ini. **Kolaboratif** Berkolaborasi dalam hal riset dengan melihat perkembangan trend konten yang ada merupakan salah satu bentuk kolaborasi yang saya terapkan. Selain itu bekerja sama dengan tim		
		Proses penulisan *script* dan konsep *copywriting* untuk promosi	*Draft script*					
		Proses pengumpulan *footage* video dari masing-masing program yang akan diangkat baik dari Youtube maupun arsip TVR	Potongan-potongan *footage*					
		Konsultasi *script* dengan Koordinator sosial media	Revisi hasil *script*					
		Proses editing video promosi	Draft video					

SEKRETARIAT JENDERAL
DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA
JLN. JENDERAL GATOT SUBROTO JAKARTA KODE POS 10270
TELP. (021) 5715 349 FAX. (021) 5715 423 / 5715 925 LAMAN : www.dpr.go.id

4.		Quality Control video promosi yang dibuat	Hasil Diskusi	**Harmonis** Menciptakan hubungan yang baik dengan atasan dalam rangka mencapai tujuan pengembangan organisasi **Akuntabel** Berusaha memberikan yang terbaik bagi organisasi				
		Posting sesuai jadwal yang telah ditentukan	Bukti posting					
5.		Evaluasi engagement video promosi yang tayang di sosial media dengan tim sosmed	Data *engagement* per postingan	**Akuntabel** Bertanggungjawab terhadap program yang dilakukan **Harmonis** Hubungan yang baik dengan rekan kerja dalam hal meningkatkan kinerja **Kolaboratif** Brainstorming dengan tim terkait meningkatkatkan kinerja yang baik			agenda berhasil, lanjutkan!	
		Evaluasi *engagement* konten terkait terhadap video *trailer* yang dibuat dengan tim sosmed	Data *engagement* per postingan					
6.		Pengumpulan bahan-bahan aktualisasi	Terkumpulnya bahan-bahan yang diperlukan sebagai pendukung	**Berorientasi Pelayanan** Bertanggung jawab atas penyusunan laporan aktualisasi yang dilaksanakan			Perhatikan laporan, kerjakan dengan seksama	

		Diskusi dengan mentor terkait laporan akhir aktualisasi	Adanya arahan dari mentor	**Akuntabel** Melaksanakan penyusunan laporan aktualisasi dengan cermat dan penuh tanggung jawab **Kompeten** Melaksanakan penyusunan laporan aktualisasi dengan kualitas terbaik				
		Finalisasi laporan akhir aktualisasi	Laporan Akhir					

SEKRETARIAT JENDERAL
DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA
JLN. JENDERAL GATOT SUBROTO JAKARTA KODE POS 10270
TELP. (021) 5715 349 FAX. (021) 5715 423 / 5715 925 LAMAN : www.dpr.go.id

FORMULIR ALAT BANTU PENGENDALIAN *COACH*
PADA PELAKSANAAN AKTUALISASI
PELATIHAN DASAR CPNS TAHUN 2022

Nama : Viona Margareth Elisabeth Matullessya, S.I.Kom
Instansi : Setjen DPR RI
NIP : 199703252022022001

Nama Coach: Muhammad Haqiki Noviar, S.P., M.M.

No.	Tanggal Pembimbingan	Isu Permasalahan Yang Dibahas	Media Komunikasi	Rekomendasi Pembimbingan	Tanda Tangan Coach
1	11 Agustus 2022	Alternatif apabila hingga masa reses selesai, jadwal rapat masih sepi & Laporan Mingguan	Tatap Muka	- Ikuti saran mentor dan rekan-rekan di unit kerja - Narasi laporan harus lebih diperbanyak	
2	24 Agustus 2022	Pasca posting video trailer di instagram dan tiktok & Laporan Mingguan	Tatap Muka	Di laporan harus jelas perbandingan sebelum dan sesudah adanya aktualisasi	
3	3 September 2022	Evaluasi Engagement & Laporan Mingguan	Tatap Muka	Lampirkan output engagement di laporan	
4	13 September 2022	Laporan Aktualisasi & Laporan Mingguan	Whatsapp	Seragamkan template laporan, lampiran laporan dibuat dalam bentuk link google drive	
5	19 September 2022	Laporan Aktualisasi	Tatap Muka	Finalisasi Laporan Akhir	

OUTPUT TAHAPAN KEGIATAN

Link:

https://drive.google.com/drive/folders/15OQC2SxAZbViBPlIWiQCBDJyg2-AX-_0?usp=sharing