



# **LAPORAN AKTUALISASI**

## **PENINGKATAN *ENGAGEMENT RATE* PADA AKUN**

### **INSTAGRAM @edukasiparlemen**

**Disusun oleh:**

**Nama : Andita Ramadhani,S.I.Kom.**  
**NIP : 198904062020122001**  
**Jabatan : Pranata Hubungan Masyarakat Ahli Pertama**  
**Unit Kerja : Bagian Humas dan Pengelolaan Museum**

**PELATIHAN DASAR CPNS ANGKATAN V**  
**SEKRETARIAT JENDERAL DPR RI**  
**PUSAT PENDIDIKAN DAN PELATIHAN DPR RI**  
**2021**

## LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN AKTUALISASI

### PENINGKATAN *ENGAGEMENT RATE* PADA AKUN INSTAGRAM @edukasiparlemen

Disusun oleh:

**Nama : Andita Ramadhani,S.I.Kom.**  
**NIP : 198904062020122001**  
**Jabatan : Pranata Hubungan Masyarakat Ahli Pertama**  
**Unit Kerja : Bagian Humas dan Pengelolaan Museum**

Peserta Diklat,



Andita Ramadhani,S.I.Kom.

NIP. 198904062020122001

Mengetahui,

Coach



Agus Supriyono,S.S.,M.A.P  
NIP.196902082003121003

Menyetujui,

Mentor



Minarni.,S.H.  
NIP.196506201993022001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan pada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Aktualisasi Pelatihan Dasar CPNS Golongan III Sekretariat Jenderal DPR RI Tahun 2021 dengan judul "*Peningkatan Engagement Rate pada Akun Instagram @edukasiparlemen*", sebagai penuhan tugas dalam rangkaian kegiatan pelatihan CPNS.

Penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar – besarnya kepada para pihak yang telah membantu kegiatan aktualisasi selama agenda habituasi ini sehingga dapat berjalan dengan sangat baik. Ucapan terimakasih khususnya penulis sampaikan kepada :

1. Ibu Minarni,S.H., selaku Kepala Bagian Hubungan Masyarakat dan Pengelolaan Museum yang sekaligus merupakan mentor penulis
2. Bapak Agus Supriyono,S.S.,M.A.P., selaku *coach* yang telah memberikan bimbingan dan masukan selama kegiatan aktualisasi
3. Rekan – rekan Pranata Humas dan PPNASN pada Bagian Hubungan Masyarakat dan Pengelolaan Museum
4. Rekan – rekan CPNS dan seluruh pihak yang mendukung dan terlibat dalam terlaksananya kegiatan aktualisasi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan Laporan Aktualisasi ini, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan agar di masa mendatang menjadi lebih baik. Penulis berharap Laporan Aktualisasi ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi pelaksanaan tugas dan fungsi untuk Sekretariat Jenderal DPR RI pada umumnya, dan Bagian Hubungan Masyarakat dan Pengelolaan Museum pada khususnya.

**Andita Ramadhani**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Dasar Hukum	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	4
<b>BAB II PROFIL ORGANISASI DAN JABATAN</b>	<b>5</b>
2.1. Visi dan Misi Unit Kerja	5
2.3. Struktur Organisasi	6
2.4. Tugas dan Fungsi Jabatan Fungsional Pranata Hubungan Masyarakat	8
<b>BAB III PENETAPAN ISU PRIORITAS</b>	<b>11</b>
3.1 Identifikasi Isu	11
3.1.1 Efektivitas Kerja ASN Pada Bagian Humas dan Pengelolaan Museum Setjen DPR RI Selama <i>New Normal</i>	11
3.1.2 Peningkatan <i>Engagement Rate</i> Pada Akun Instagram @edukasiparlemen	13
3.1.3 Penyempurnaan Portal PPID sebagai Pola Pelayanan Satu Pintu	19
3.2 Penetapan Isu Prioritas	22
3.3 Gagasan Pemecahan Isu	23
<b>BAB IV RANCANGAN AKTUALISASI</b>	<b>26</b>
4.1. Rancangan Aktualisasi	26
4.2. Jadwal Kegiatan	29
<b>BAB V PELAKSANAAN AKTUALISASI</b>	<b>30</b>
5.1 Jadwal Kegiatan Aktualisasi	30
5.2 Penjelasan Tahapan Kegiatan	31

5.2.1 Melakukan Identifikasi, Mengumpulkan Data, dan Analisa Awal Kondisi Eksisting Pengelolaan IG @edukasiparlemen	31
5.2.2 Mempelajari Literatur dan Kebijakan Pemerintah Mengenai Pengelolaan Media Sosial di Lingkungan Instansi Pemerintah	33
5.2.3 Menyusun Jadwal Penayangan Konten	35
5.2.4 Menyusun Konsep dan Eksekusi Penayangan Konten	39
5.2.5 Evaluasi Penayangan Konten dan Dampaknya Terhadap Peningkatan <i>Engagement Rate</i> IG @edukasiparlemen	44
5.3 Stakeholder	46
5.4 Kendala dan Strategi Menghadapi Kendala	47
5.5 Analisis Dampak	48
<b>BAB VI PENUTUP</b>	<b>50</b>
6.1 Kesimpulan	50
6.2 Saran	51
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>52</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>53</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Teknik Tapisan Isu APKL	22
Tabel 2. Rincian Skoring Tapisan Isu APKL	23
Tabel 3. Matriks Rancangan Aktualisasi	28
Tabel 4. Jadwal Kegiatan Aktualisasi	29
Tabel 5. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Aktualisasi	30
Tabel 6. <i>Timeline</i> Program IG @edukasiparlemen Mei 2021	38
Tabel 7. <i>Timeline</i> Program IG @edukasiparlemen Juni 2021	39

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi	7
Gambar 2. Formula <i>Engagement Rate</i>	14
Gambar 3. <i>Engagement Rate</i> Ideal	14
Gambar 4. @edukasiparlemen <i>Follower's Breakdown</i>	15
Gambar 5. Jam Tayang Utama @edukasiparlemen	16
Gambar 6. <i>Top Post</i> @edukasiparlemen	17
Gambar 7. <i>Top IG TV</i>	17
Gambar 8. Tangkapan Layar Kumpulan Data	32
Gambar 9. Tangkapan Layar Pengolahan Data	32
Gambar 10. Tangkapan Layar Kumpulan Referensi Ilmiah Pengelolaan Media Sosial	35
Gambar 11. Tangkapan Layar Isi PermenPANRB No.83 Tahun 2012	35
Gambar 12. Tangkapan Layar Rapat Dewan Redaksi Untuk Konten Mei 2021	37
Gambar 13. Tangkapan Layar Rapat Tim Redaksi @edukasiparlemen Mei 2021	37
Gambar 14. Tangkapan Layar Rapat Dewan Redaksi Untuk Konten Juni 2021	38
Gambar 15. Tangkapan Layar Poster IG Live Penulis	40
Gambar 16. Tangkapan Layar IG Live Penulis	41
Gambar 17. Tangkapan Layar Konten Hari Palang Merah Internasional	42
Gambar 18. Tangkapan Layar Konten Kuis Nasionalisme	43
Gambar 19. Tangkapan Layar Konten Kuis Hari Tanpa Tembakau Sedunia	44
Gambar 20. Tangkapan Layar <i>Engagement Rate</i> IG @edukasiparlemen Pada Akhir Program	46

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### **1.1 Latar Belakang**

Berdasarkan Undang – Undang (UU) No. 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara, ASN merupakan profesi bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja (PPPK) yang bekerja pada instansi pemerintah. ASN berfungsi sebagai pelaksana kebijakan publik, penyelenggara pelayanan publik, serta perekat dan pemersatu bangsa yang berlandaskan pada Pancasila dan UUD 1945. Dalam melaksanakan peran – peran tersebut, ASN dituntut untuk bekerja secara profesional sehingga mampu memenuhi standar kompetensi jabatan untuk melaksanakan tugas jabatannya secara efektif dan efisien. Oleh karenanya, ASN wajib memiliki nilai – nilai dasar ANEKA yang terdiri dari Akuntabilitas, Nasionalisme, Etika Publik, Komitmen Mutu, dan Anti Korupsi. Nilai – nilai dasar ANEKA ini harus diinternalisasi oleh setiap ASN dalam menjalankan tugas dan kewajibannya di lingkungan kerja.

Sesuai dengan amanat UU No. 5 Tahun 2014 tentang ASN, disebutkan bahwa instansi pemerintah wajib memberikan pendidikan dan pelatihan terintegrasi bagi Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS) selama 1 tahun masa percobaan. Selanjutnya, ketentuan tersebut diatur dalam Peraturan Lembaga Administrasi Negara No. 1 Tahun 2021 tentang Pelatihan Dasar Calon Pegawai Negeri Sipil. Berdasarkan landasan tersebut, Sekretariat Jenderal DPR RI menyelenggarakan *on the job training* dan Pelatihan Dasar (Latsar) yang bertujuan untuk menginternalisasi nilai – nilai dasar ASN, adapun penyelenggaraan Latsar dilaksanakan dengan menggunakan metode *full e-learning* sebagai langkah preventif pandemi covid-19.

DPR RI sebagai Lembaga perwakilan rakyat yang menjalankan tugas dan fungsi konstitusional di bidang legislasi, pengawasan, dan penetapan anggaran negara, memerlukan keberadaan sistem pendukung yang kuat dan akuntabel. Sekretariat Jenderal DPR RI (Setjen DPR RI) merupakan satu – satunya sistem pendukung yang dimiliki oleh DPR RI. Oleh sebab itu, tugas Setjen DPR RI adalah untuk menjalankan

dukungan keahlian, teknis, dan administrasi kepada DPR RI dalam menjalankan tugas konstitusionalnya. Sehingga, tugas dan fungsi Setjen DPR RI memiliki dimensi hubungan dan keterkaitan erat dengan mitra DPR RI serta masyarakat luas. Dalam konteks tersebut, selain bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan kepada DPR RI, Setjen DPR RI turut bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan publik kepada mitra kerja DPR RI serta masyarakat yang memiliki keterkaitan dengan pelaksanaan tugas DPR RI.

Luasnya subjek yang dilayani oleh Setjen DPR RI, menyebabkan Setjen DPR RI harus memiliki layanan kehumasan yang berbeda dari instansi pemerintah pada umumnya. Salah satu tugas Humas parlemen adalah menyebarluaskan informasi dan kebijakan pemerintah kepada publik sesuai dengan visi dan misi instansi, menampung dan mengolah aspirasi masyarakat, serta membangun kepercayaan publik guna menjaga citra dan reputasi DPR RI. Guna mewujudkannya, diperlukan upaya – upaya kreatif dan persuasif dalam melaksanakan misi tersebut.

Selama menjalankan *on the job training* di Bagian Humas Setjen DPR RI, penulis telah melakukan *environmental scanning* dan menemukan beberapa isu untuk mengoptimalkan diseminasi informasi publik. Adapun beberapa isu yang penulis dapatkan selama melaksanakan *on the job training* adalah efektivitas kerja ASN selama masa *new normal* yang berdampak pada jangka waktu permohonan pelayanan informasi publik, peningkatan keterlibatan khalayak (*engagement rate*) pada akun Instagram @edukasiparlemen sebagai sarana komunikasi dua arah yang bertujuan untuk mengedukasi generasi muda tentang keparlemenan, serta penyempurnaan portal PPID sebagai pintu masuk bagi pemohon informasi publik.

Selanjutnya, penulis menggunakan teknik tapisan isu APKL (Aktualitas, Problematik, Kekhalayakan, dan Kelayakan) untuk menentukan *core issue* yang akan dirumuskan rekomendasi penyelesaiannya. Dari teknik tapisan tersebut, diperoleh pokok isu berupa *Peningkatan Engagement Rate pada Akun Instagram @edukasiparlemen*. Penulis mengangkat isu ini berdasarkan data kalkulasi tingkat keterlibatan khalayak yang masih dibawah 1% dari total 8.649 *followers*, serta tingkat keterlibatan khalayak pada tiap konten yang masih rendah atau kurang dari 100 *likes* per konten. Sedangkan, solusi yang ditawarkan oleh penulis antara lain berupa *re-*

*design* konten berupa penambahan aktivitas kuis dan *games*. Penulis berharap dengan tingkat keterlibatan khalayak yang tinggi, dapat menanamkan pemahaman bagi masyarakat, khususnya generasi muda, mengenai fungsi keparlemenan sehingga menciptakan kesepahaman antara organisasi dengan publik di masa mendatang.

## 1.2 Dasar Hukum

Dasar hukum dari rancangan aktualisasi ini antara lain :

- a. Undang – Undang No. 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara
- b. Peraturan Pemerintah No. 11 Tahun 2017 tentang Manajemen Pegawai Negeri Sipil
- c. Peraturan Lembaga Administrasi Negara No. 1 Tahun 2021 tentang Pelatihan Dasar Calon Pegawai Negeri Sipil
- d. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 6 Tahun 2014 tentang Jabatan Fungsional Pranata Hubungan Masyarakat dan Angka Kreditnya
- e. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah

## 1.3 Tujuan

Tujuan dari kegiatan aktualisasi ini adalah :

- a. Sebagai salah satu bagian dari rangkaian kegiatan Pelatihan Dasar CPNS Golongan III di lingkungan Sekretariat Jenderal DPR RI
- b. Sebagai upaya internalisasi nilai – nilai dasar Aparatur Sipil Negara (ASN) dalam melaksanakan kegiatan Agenda II Akuntabilitas, Nasionalisme, Etika Publik, Komitmen Mutu, dan Anti Korupsi (ANEKA), serta dengan mempertimbangkan unsur mata pelatihan Agenda III yang terdiri dari Manajemen ASN, Pelayanan Publik, dan *Whole of Government*
- c. Penerapan Kode Etik dan Kode Perilaku ASN di lingkungan kerja

- d. Meningkatkan keterlibatan khalayak muda dalam setiap informasi yang dibagikan melalui akun Instagram *@edukasiparlemen*
- e. Memperluas sebaran dan jangkauan wilayah *followers* agar pesan dapat tersampaikan secara optimal
- f. Menanamkan pemahaman kepada generasi muda terkait fungsi keparlemenan agar membentuk *awareness* sedari dini. Hal ini akan berdampak pada peningkatan citra positif DPR RI di masa mendatang.

#### **1.4 Manfaat**

Kegiatan aktualisasi ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

- a. Sebagai masukan bagi unit kerja untuk mengoptimalkan penggunaan akun Instagram *@edukasiparlemen* dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat luas pada umumnya, dan generasi muda pada khususnya.
- b. Sebagai bahan untuk menyempurnakan komitmen mutu dan pelayanan publik melalui media sosial yang berbasis komunikasi dua arah.
- c. Sebagai bahan bagi peserta latsar untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai Edukasi Publik yang diselenggarakan oleh unit kerja tempat peserta melaksanakan aktualisasi.

## **BAB II**

### **PROFIL ORGANISASI DAN JABATAN**

#### **2.1.Visi Sekretariat Jenderal DPR RI**

Guna mendukung visi DPR RI, maka Sekretariat Jenderal DPR RI sebagai *supporting system* dalam pelaksanaan tugas dan wewenang DPR RI merumuskan visi sebagai berikut :

**“Menjadi Sekretariat Jenderal yang profesional dan modern dalam mendukung visi Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia”**

*Profesional*, diartikan sebagai SDM yang berkompeten dan mampu mendukung pelaksanaan tugas dan fungsi DPR RI, serta mewujudkan lingkungan kerja yang *clean and good governance* sesuai dengan peraturan yang berlaku. Sedangkan *Modern*, yaitu memanfaatkan teknologi dalam mendukung pelaksanaan tugas dan fungsi serta kemudahan akses informasi bagi publik.

#### **2.2.Misi Sekretariat Jenderal DPR RI**

Misi merupakan rumusan umum mengenai berbagai upaya yang akan dilakukan untuk mewujudkan visi. Dalam rangka mendukung kelancaran pelaksanaan wewenang dan tugas DPR RI, Sekretariat Jenderal DPR RI merumuskan misi sebagai berikut :

1. Memberikan dukungan dan pelayanan prima bagi pelaksanaan tugas dan fungsi DPR RI
2. Melaksanakan tata Kelola kelembagaan pemerintahan yang profesional, baik, dan bersih di lingkungan Sekretariat Jenderal DPR RI
3. Menyajikan data yang akurat, lengkap, dan andal sebagai bahan dalam pengambilan keputusan DPR RI.

### **2.3. Struktur Organisasi**

Bagian Hubungan Masyarakat dan Pengelolaan Museum mempunyai tugas melaksanakan pelayanan informasi publik dan kunjungan masyarakat ke kompleks DPR RI, penyaluran delegasi masyarakat, promosi, diseminasi dan edukasi publik, serta pengelolaan museum DPR RI. Dalam melaksanakan tugasnya, Bagian Humas dan Pengelolaan Museum menyelenggarakan fungsi :

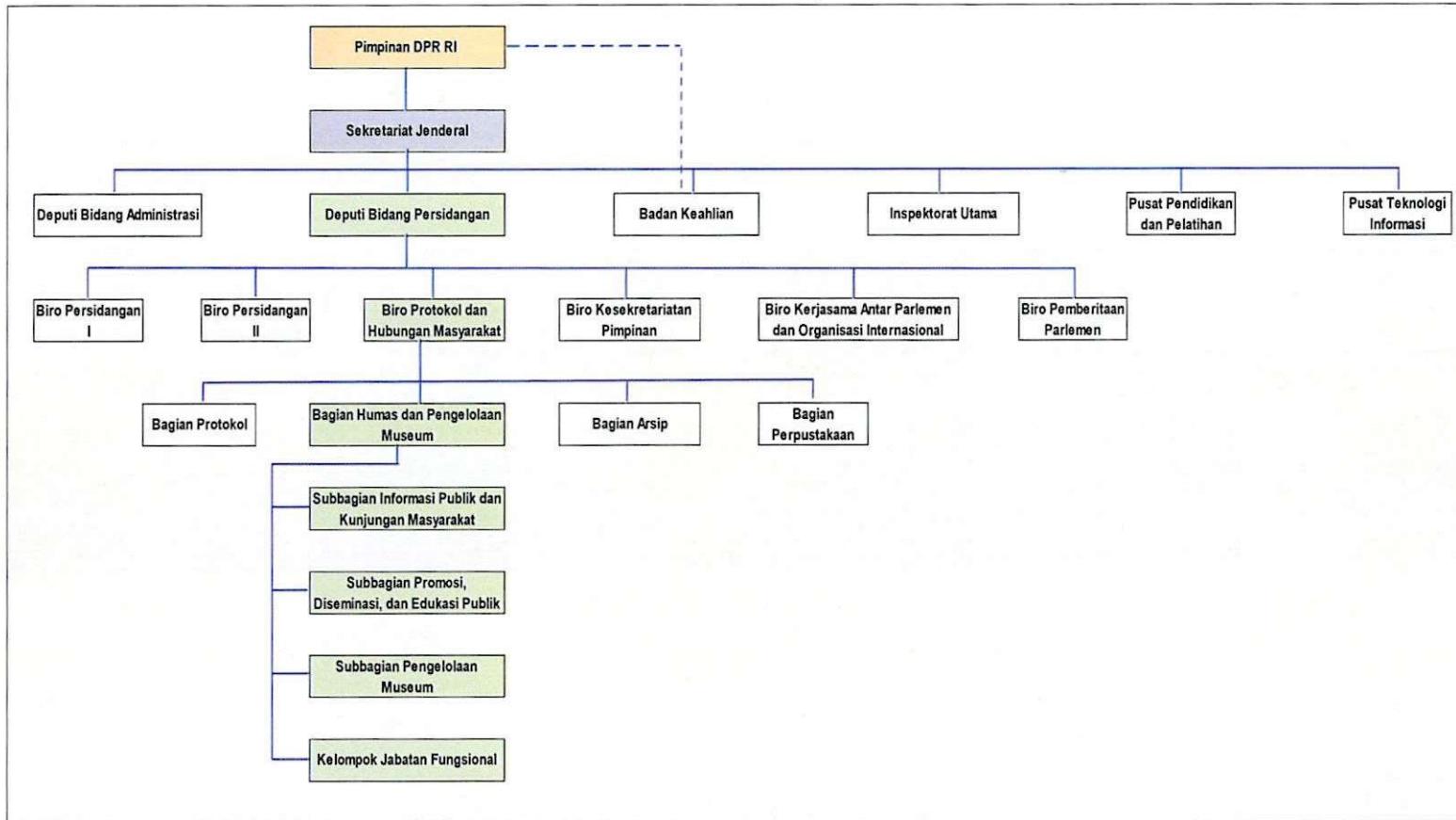
1. Penyusunan rencana kegiatan dan anggaran Bagian Humas dan Pengelolaan Museum
2. Penyusunan bahan kegiatan di bidang Kehumasan dan Pengelolaan Museum
3. Pelaksanaan pelayanan informasi publik dan kunjungan masyarakat
4. Pelaksanaan promosi, diseminasi, dan edukasi publik
5. Pembinaan dan pengelolaan kehumasan
6. Pengelolaan museum DPR RI
7. Pelaksanaan tata usaha Bagian Humas dan Pengelolaan Museum
8. Pelaporan tugas dan fungsi kepada Kepala Biro Pemberitaan Parlemen

Bagian Hubungan Masyarakat dan Pengelolaan Museum terdiri atas:

1. Subbagian Informasi Publik dan Kunjungan Masyarakat, yang bertugas melakukan pelayanan informasi publik serta pelaksanaan penerimaan dan penyaluran kunjungan masyarakat
2. Subbagian Promosi, Diseminasi, dan Edukasi Publik, yang mempunyai tugas melakukan kegiatan promosi, diseminasi informasi, serta memberikan edukasi terkait pelaksanaan wewenang dan tugas DPR RI dan pelaksanaan tugas Sekretariat Jenderal
3. Subbagian Pengelolaan Museum, mempunyai tugas untuk melaksanakan pengadaan, penyimpanan, perawatan, pengamanan, dan pemanfaatan museum, serta pelaksanaan tata usaha Bagian Humas dan Pengelolaan Museum

Adapun garis supervisi dan koordinasi pada Bagian Humas dan Pengelolaan Museum dipaparkan melalui bagan sebagai berikut :

Gambar 1. Struktur Organisasi



## **2.4.Tugas dan Fungsi Jabatan Fungsional Pranata Hubungan Masyarakat**

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 6 Tahun 2014 tentang Jabatan Fungsional Pranata Hubungan Masyarakat dan Angka Kreditnya, Jabatan Fungsional Pranata Humas merupakan jabatan karir yang mempunyai ruang lingkup tugas, tanggung jawab, dan wewenang untuk melaksanakan kegiatan pelayanan informasi dan kehumasan. Pranata Hubungan Masyarakat (Humas) diberikan tugas, tanggung jawab, wewenang, dan hak secara penuh oleh pejabat yang berwenang untuk melaksanakan kegiatan pelayanan informasi dan kehumasan.

Terdapat 4 tugas pokok Pranata Humas, yaitu melakukan kegiatan pelayanan informasi dan kehumasan, pelaksanaan hubungan eksternal dan internal, audit komunikasi kehumasan, serta pengembangan pelayanan informasi kehumasan.

1. Pelayanan Informasi dan Kehumasan, adalah upaya yang dilakukan oleh Pranata Humas mulai dari perencanaan, pelayanan informasi, pelaksanaan hubungan internal dan eksternal, audit komunikasi kehumasan, dan pengembangan pelayanan informasi dan kehumasan.
2. Pelaksanaan Hubungan Eksternal, adalah kegiatan yang dilakukan oleh Pranata Humas untuk meningkatkan hubungan yang harmonis antar Lembaga yang ada dalam masyarakat
3. Pelaksanaan Hubungan Internal, adalah kegiatan yang dilakukan Pranata Humas untuk meningkatkan hubungan yang harmonis antar satuan kerja organisasi di lingkungan instansi pemerintah
4. Audit Komunikasi Kehumasan, adalah upaya yang dilakukan Pranata Humas untuk melakukan pemeriksaan, analisis dan evaluasi terhadap proses atau sistem komunikasi internal dan eksternal di lingkungan instansi pemerintah yang bertujuan untuk mengetahui efektivitas suatu kegiatan program komunikasi.

Jenjang jabatan dan pangkat yang dimiliki oleh Penulis adalah Pranata Humas Tingkat Ahli Pertama dengan pangkat Penata Muda. Pranata Humas Tingkat Keahlian mempunyai kualifikasi profesional yang pelaksanaan tugas dan fungsinya

mensyaratkan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang pelayanan informasi dan kehumasan. Adapun rincian butir kegiatan Pranata Humas Ahli Pertama, sebagaimana yang ditetapkan melalui PermenPAN-RB No.6 Tahun 2014 adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis data dan informasi dari media dan masyarakat
2. Menyusun program pelayanan informasi dan kehumasan sebagai anggota tim
3. Merancang penyelenggaraan konferensi pers, seminar, lokakarya, atau rapat kerja kehumasan
4. Merancang kegiatan *teleconference*
5. Mengumpulkan isu publik
6. Mengolah konten media
7. Menyusun informasi strategis pemerintah sebagai anggota tim
8. Menyusun materi dan berita layanan informasi untuk media elektronik, media cetak, dan media daring
9. Menyusun naskah pelayanan informasi dan kehumasan dalam bentuk ceramah, pidato, dan bahan tayang
10. Menyusun naskah profil Lembaga
11. Menyelenggarakan penerbitan materi pelayanan informasi untuk media cetak dan media daring sebagai tim kreatif
12. Mengumpulkan isu tentang hubungan internal
13. Menyusun bahan pelayanan informasi dan kehumasan dalam bentuk dialog, ceramah, dan *briefing*
14. Menyusun konten yang tidak dipublikasikan untuk kehumasan dalam rangka hubungan antar Lembaga dalam bentuk artikel atau opini
15. Menganalisis data dan informasi dalam rangka pelaksanaan hubungan eksternal
16. Menulis latar fakta untuk konferensi pers atau siaran pers
17. Melaksanakan tugas peliputan kegiatan kelembagaan
18. Menyusun artikel atau opini untuk penerbitan internal
19. Melakukan siaran melalui media internal

20. Mengumpulkan data dalam rangka audit komunikasi
21. Menyusun instrument audit komunikasi

## **BAB III**

### **PENETAPAN ISU PRIORITAS**

#### **3.1 Identifikasi Isu**

Penulis telah melakukan penelusuran isu dengan metode *environmental scanning* dimana isu diidentifikasi melalui proses observasi berdasarkan analisa tugas dan fungsi pokok pada Bagian Humas dan Pengelolaan Museum Setjen DPR RI selama masa *on the job training*. Adapun penelusuran isu memiliki keterkaitan dengan teori mata pelatihan Manajemen ASN, Pelayanan Publik, dan *Whole of Government*. Penelusuran isu dipaparkan secara rinci sebagai berikut :

##### **3.1.1 Manajemen ASN – *Efektivitas Kerja ASN Pada Bagian Humas dan Pengelolaan Museum Setjen DPR RI Selama New Normal***

###### **1. Keterkaitan Teori Manajemen ASN**

KemenPAN – RB telah menetapkan peraturan fleksibilitas kerja ASN untuk meminimalisir potensi penularan covid-19, namun dengan tetap menjaga kinerja. Hal tersebut diatur dalam Surat Edaran Menteri PANRB No. 67 Tahun 2020 tentang Sistem Kerja ASN dalam Tatatan Normal Baru. Sistem kerja baru (WFH dan WFO) menuntut ASN untuk menerapkan budaya kerja yang bertanggung jawab, akuntabel, dan mengutamakan integritas tinggi. Namun, apakah fleksibilitas lokasi kerja terbukti efektif untuk memastikan tugas dan fungsi ASN tetap berjalan dengan baik dimasa pandemi ini? Semakin modern perkembangan zaman, maka semakin banyak cara untuk mencari celah guna menghindari transparansi dalam berkinerja.

###### **2. Kondisi Eksisting**

Pada Sekretariat Jenderal DPR RI, efektivitas kerja ASN ketika WFH diukur dari absensi sistem SIRAJIN dengan menuliskan catatan harian. Akan tetapi, penulis menilai bahwa hal tersebut belum cukup menjamin bahwa ASN mempergunakan waktu kerja dengan efektif dan

efisien, belum ada alat ukur baku yang mengukur dan mengevaluasi tingkat efektivitas kerja ASN di masa pandemi.

Terdapat salah satu case di Bagian Humas dan Pengelolaan Museum, khususnya pada Pelayanan Informasi Publik. Petugas yang mendapatkan giliran untuk memproses permohonan informasi publik, baik analis maupun *front officer*, serta petugas pada unit kerja pemilik data, akan membutuhkan waktu lebih lama untuk menyelesaikan permohonan ketika sedang bertugas WFH. *Update status* permohonan ke pemohon, analisis permohonan, serta pencarian data yang dimohonkan ke unit kerja terkait, menjadi lebih lambat dibandingkan ketika sedang bertugas WFO.

### 3. Dampak Isu

Isu tersebut apabila tidak tertangani dapat menimbulkan kekhawatiran, mengingat menurut UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik terdapat batas waktu penyampaian data ke pemohon maksimal selama 10 hari kerja + 7 hari kerja masa perpanjangan jika data yang diminta tidak tersedia. Apabila melebihi waktu yang ditentukan, maka pemohon informasi berhak untuk mengajukan gugatan ke pengadilan.

### 4. Harapan

Perlu dilakukan evaluasi berkala terkait efektivitas kerja ASN selama *new normal*, hal ini dapat dilakukan melalui sinergi dengan Bagian Kepegawaian guna merumuskan alat ukur yang tepat dalam mengevaluasi efektivitas dan efisiensi kerja ASN dalam masa tatanan normal baru. Menimbang urgensi dimensi hubungan pada Bagian Humas dengan publik eksternal organisasi, maka diharapkan proses pelayanan informasi publik dapat berjalan secara optimal.

### **3.1.2 Pelayanan Publik – *Peningkatan Engagement Rate Pada Akun Instagram @edukasiparlemen***

#### **1. Keterkaitan Teori Pelayanan Publik**

Sesuai dengan amanat Peraturan Presiden No. 26 Tahun 2020 tentang Sekretariat Jenderal DPR RI, Setjen DPR RI memiliki tanggung jawab untuk menyelenggarakan pelayanan publik kepada anggota DPR RI, mitra kerja DPR RI, serta masyarakat yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas DPR RI. Keberhasilan pelaksanaan tugas Setjen DPR RI akan berimplikasi pada kepuasan publik terhadap DPR RI.

Salah satu bentuk pelayanan publik yang disediakan oleh Setjen DPR RI adalah dukungan keahlian dalam penyediaan data dan informasi, serta penerimaan dan penyaluran delegasi masyarakat. Bagian Humas dan Pengelolaan Museum bertanggung jawab atas pelaksanaan kedua bentuk pelayanan publik tersebut. Dari seluruh kegiatan pelayanan publik pada Bagian Humas, terdapat satu kegiatan yang menjadi *core business* pada unit kerja tersebut, yaitu Edukasi Publik.

Adapun instrumen untuk mewujudkan terciptanya kesepahaman masyarakat terkait fungsi parlemen adalah melalui pengelolaan media sosial Instagram *@edukasiparlemen*. Akun media sosial tersebut menargetkan generasi muda, khususnya pelajar, dalam memberikan pemahaman mengenai mekanisme kerja DPR RI.

#### **2. Kondisi Eksisting**

Terdapat beberapa program kerja Bagian Humas SetJen DPR RI yang diimplementasikan melalui akun Instagram *@edukasiparlemen*, yaitu terdiri dari IG Live Tematik yang merupakan obrolan santai dengan Anggota Dewan, Akademisi, dan para profesional lain di lingkup internal maupun eksternal SetJen DPR RI. Dalam IG Live Tematik dibahas mengenai *progress Rancangan Undang – Undang*, dialektika demokrasi, hingga isu – isu kritikal yang sedang terjadi di tanah air. Selain itu,

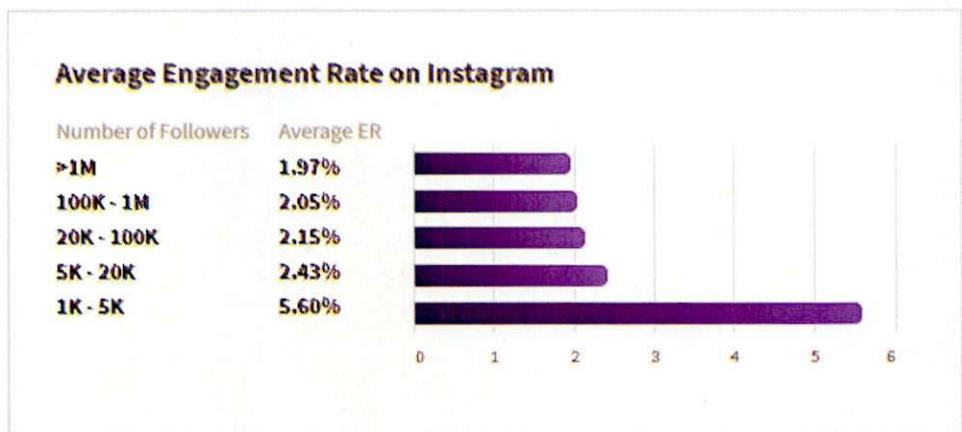
@edukasiparlemen turut menyajikan informasi tentang Program Kerja Bagian Humas, seperti Kunjungan Edukasi Parlemen dan program rutin tahunan yaitu Parlemen Remaja dan Parlemen Kampus, serta turut menyajikan informasi mengenai infografis dan *highlight* kinerja Dewan.

Hingga saat ini (19/04), @edukasiparlemen memiliki 8.640 *followers* dengan kalkulasi rata – rata tingkat keterlibatan khalayak (*engagement rate*) sebesar 0,52% yang dihitung melalui formula berikut:

$$\frac{[ \text{LIKES} + \text{COMMENTS} ]}{\text{FOLLOWERS}} \text{ AT THE TIME OF THE POST} = \text{ENGAGEMENT RATE}$$

Gambar 2. Formula Engagement Rate

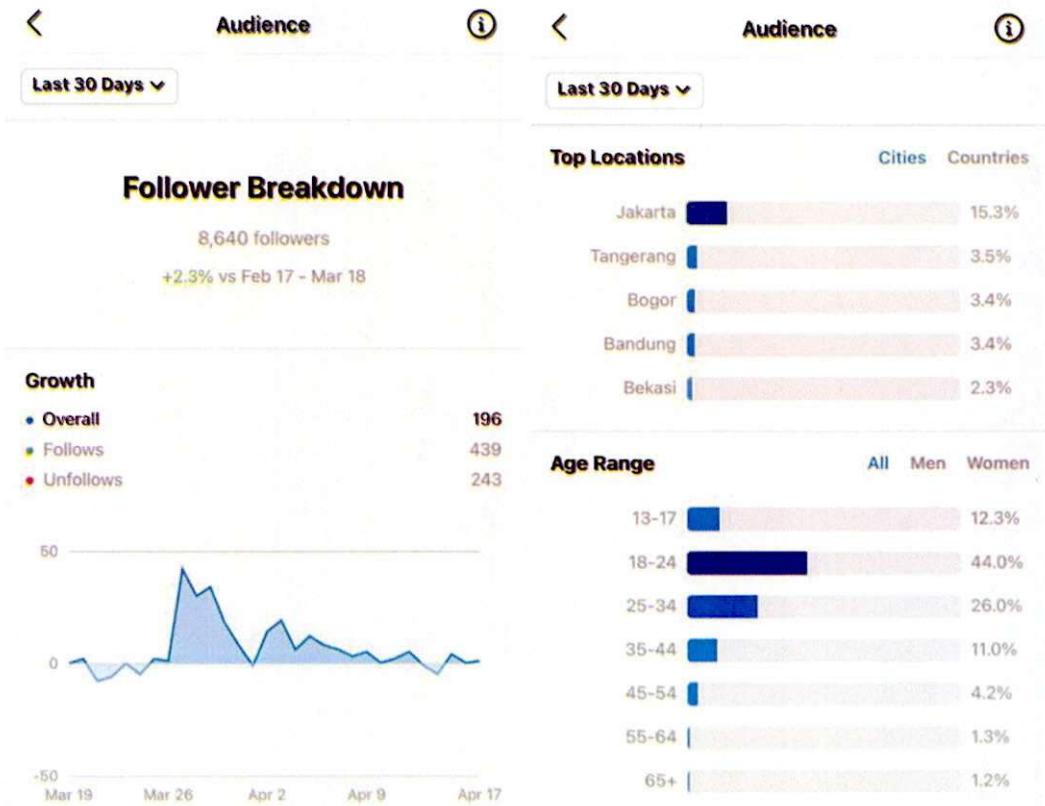
Angka *engagement rate* tersebut terbilang cukup rendah. Hal ini menimbang tingkat rata – rata keterlibatan khalayak berdasarkan alat analisis Instagram *hootsuite* (*hootsuite Instagram analytics tool*), yang menyebutkan bahwa tingkat *engagement rate* ideal untuk akun dengan jumlah *followers* antara 5.000 s/d 20.000 adalah sebesar 2,43%.



Gambar 3. Engagement Rate Ideal

Disamping itu, sesuai data statistik yang telah dihimpun penulis pada rentang waktu 1 bulan terakhir (Februari – Maret 2021) melalui Instagram *insights*, kondisi eksisting @edukasiparlemen dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. *Followers Mapping*



Gambar 4. @edukasiparlemen Follower's Breakdown

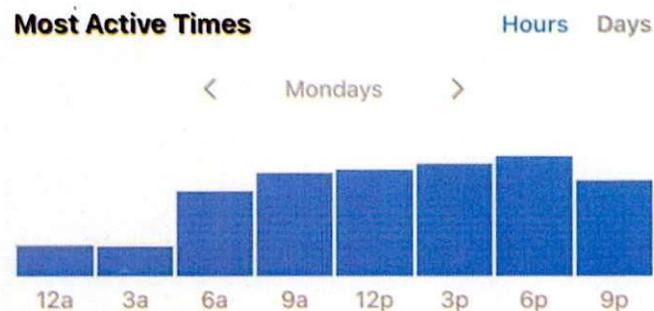
Pada rentang waktu Februari – Maret 2021, pertumbuhan jumlah pengikut dapat terlihat melalui statistik diatas. Terdapat kenaikan jumlah *followers* sebanyak 439 akun, namun juga diikuti dengan kenaikan jumlah akun yang berhenti mengikuti @edukasiparlemen sebanyak 243 akun, sehingga total kenaikan *followers* tercatat sejumlah 196 akun.

Lokasi persebaran *followers* masih terpusat pada wilayah Jabodetabek dan Jawa Barat (Bandung), hal ini berarti masih banyak wilayah yang belum terjangkau dan belum aware terhadap keberadaan @edukasiparlemen. Sementara itu, rentang usia mayoritas adalah generasi muda pelajar 18 s/d 24 tahun yang sudah sesuai dengan tujuan awal pembentukan IG @edukasiparlemen, yaitu untuk membidik pemuda pelajar.

Adapun tujuan dengan ditargetkannya genderasi muda adalah untuk menanamkan bibit pemahaman sedari dini mengenai mekanisme kerja DPR RI dengan harapan dapat terlibat aktif dalam mendukung tugas dan fungsi DPR RI.

b. *Prime Time*

Jam tayang utama atau *prime time* @edukasiparlemen adalah pada pk 18.00 WIB. Waktu penyajian tersebut merupakan waktu tayang utama dimana mayoritas *followers* sedang mengakses konten – konten @edukasiparlemen.



Gambar 5. Jam Tayang Utama @edukasiparlemen

c. *Top Post*



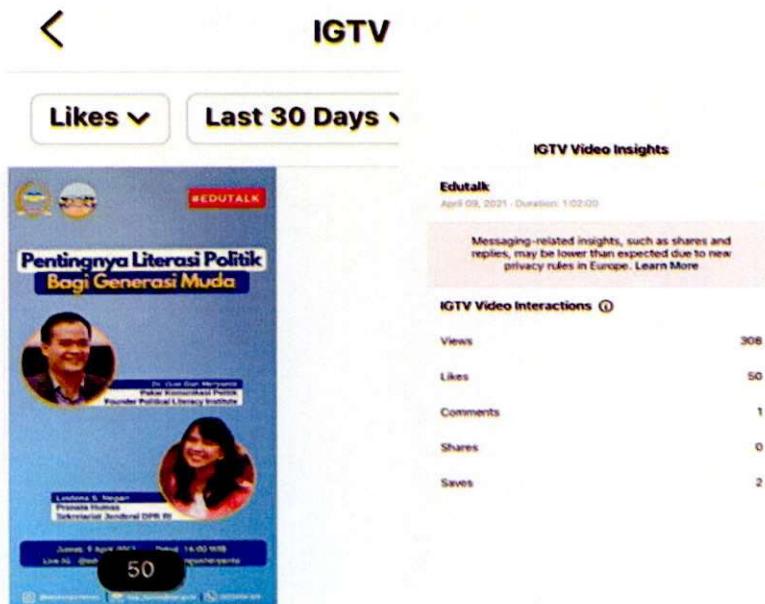
**Post Insights**

Messaging-related insights, such as shares and replies, may be lower than expected due to new privacy rules in Europe. [Learn More](#)

228 64 112 111

*Gambar 6. Top Post @edukasiparlemen*

Konten yang mendapatkan *engagement rate* tertinggi pada medio Maret – April 2021 adalah pengumuman pembukaan magang di Bagian Humas dan Pengelolaan Museum Setjen DPR RI, serta IG Live Tematik.



*Gambar 7. Top IG TV*

Dari sisi jenis konten, dapat disimpulkan bahwa konten edukasi yang ringan dan secara eksplisit ditujukan untuk generasi muda dapat menarik attensi *followers* dibandingkan dengan jenis konten lain.

### 3. Dampak Isu

Pada dunia serba digital, diseminasi informasi yang paling aksesibel adalah media sosial, baik berupa *youtube*, *Instagram*, *twitter*, maupun kanal media sosial lainnya. Terlebih pada saat pandemi Covid-19 yang memberlakukan pembatasan interaksi, sehingga mengkampanyekan suatu program secara langsung menjadi sulit untuk direalisasikan. Oleh karenanya, perlu dilakukan pengelolaan dan pemanfaatan media sosial secara optimal agar dapat mendukung keberhasilan program. Apabila pengelolaan [@edukasiparlemen](#) tidak dikelola dengan optimal, terdapat dampak yang dapat mengganggu berjalannya tujuan organisasi, yaitu :

a. Rendahnya tingkat keterlibatan publik

Hal ini dapat berimbas pada kegagalan pemahaman dan persepsi generasi muda pada DPR RI, kedepannya dapat membuat masyarakat menjadi tidak peduli dan sentimen negatif publik terhadap instansi menjadi semakin meningkat.

b. Citra instansi yang buruk

Instansi pemerintah seringkali mendapat sorotan dan kritikan tajam dari publik, segala bentuk kinerja, kampanye program, laporan – laporan instansi, mendapatkan perhatian lebih dari publik. Sehingga, diperlukan adanya komunikasi dua arah secara efektif untuk memberikan pemahaman dan edukasi terkait DPR RI yang akan membantu meningkatkan citra instansi.

- c. Program kerja tidak terserap dengan baik

Fungsi dari media sosial adalah sebagai diseminasi informasi publik yang aktual. Pemberitaan mengenai DPR RI seringkali dijumpai mengandung *tone* negatif dan tidak berimbang. Hal tersebut dapat diminimalisir dengan mengoptimalkan fungsi media sosial sebagai sarana edukasi parlemen kepada publik, khususnya pada generasi muda agar lebih memahami kinerja dan fungsi Dewan.

#### 4. Harapan

Melalui pengelolaan *@edukasiparlemen* yang optimal, diharapkan mampu meningkatkan keterlibatan khalayak dalam setiap konten edukasi publik. Hal ini bermuara pada pembentukan persepsi positif instansi di masa mendatang. Selain itu, tujuan peningkatan *engagement rate* juga sesuai dengan tujuan *Government Public Relations* atau Humas Pemerintah, yaitu menjembatani komunikasi dan pemahaman bersama antara organisasi dengan publiknya.

### **3.1.3 *Whole of Government – Penyempurnaan Portal PPID sebagai Pola Pelayanan Satu Pintu***

#### 1. Keterkaitan Teori *Whole of Government*

WoG merupakan pendekatan yang menekankan aspek kebersamaan dan menghilangkan sekat – sekat sektoral. WoG menjelaskan tentang bagaimana instansi pelayanan publik bekerja lintas batas atau lintas sektor guna mencapai tujuan bersama dan sebagai respon terpadu pemerintah terhadap isu – isu tertentu.

Salah satu praktik WoG dalam pelayanan publik adalah diimplementasikannya Pola Pelayanan Satu Pintu yang diberikan secara tunggal oleh suatu unit kerja berdasarkan pelimpahan wewenang dari unit kerja pemerintah lainnya. Pelayanan publik disatukan dalam satu

unit dengan rantai perizinan yang sudah dipangkas menjadi lebih sederhana.

Praktik WoG dalam Setjen DPR RI dilakukan dengan berbasis teknologi yang dapat dijumpai dalam pelaksanaan PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi) yang dikelola oleh Bagian Humas dan Pengelolaan Museum. PPID bertugas untuk membuat dan mengembangkan sistem penyediaan layanan informasi secara cepat, mudah, wajar, yang sesuai dengan petunjuk teknis standar layanan informasi publik yang berlaku secara nasional.

## 2. Kondisi Eksisting

Implementasi PPID yang dikelola oleh Bagian Humas dan Pengelolaan Museum telah berjalan dengan baik, namun masih diperlukan adanya optimalisasi berupa penyempurnaan portal PPID yang merupakan pintu masuk bagi pemohon informasi untuk memperoleh informasi dari Badan Publik.

Berdasarkan pengamatan penulis, terdapat beberapa hal yang dapat disempurnakan dalam portal PPID, yaitu antara lain :

- a. Pencantuman nama petugas, baik *front officer* maupun analis, pada setiap *update status* permohonan kepada pemohon. Hal ini dilakukan sebagai bentuk responsibilitas petugas dalam menangani permohonan yang masuk agar tidak lewat batas waktu yang ditentukan, serta sebagai transparansi pengelolaan kepada publik atas permohonan yang dimohonkannya.
- b. Form Permohonan Informasi Publik pada kanal *data pemohon* sebaiknya disatukan dengan *daftar permohonan* agar memudahkan petugas untuk menelusuri data pemohon (KTP dan keterangan penggunaan dokumen), terlebih jika data yang dimohonkan tidak terdapat pada *bank data* Bagian Humas sehingga harus mencarinya terlebih dahulu ke unit kerja terkait.

- c. Penambahan fitur notifikasi pada akun pemohon informasi untuk mempermudah dalam memeriksa *tracking status* permohonannya. Akan lebih meningkatkan mutu pelayanan jika notifikasi *tracking status* langsung dikirimkan ke nomor ponsel pemohon informasi.

### 3. Dampak Isu

Apabila tidak dilakukan Langkah optimalisasi pada portal PPID dapat berdampak sebagai berikut :

- a. Berkurangnya tingkat kepuasan masyarakat terhadap Badan Publik
- b. Pemohon informasi dapat mengajukan gugatan keberatan apabila terdapat keterlambatan waktu dalam pemrosesan permohonan yang dapat berimbas pada citra Badan Publik
- c. Tujuan dari Keterbukaan Informasi Publik sebagaimana yang tercantum dalam UU No. 14 Tahun 2008, adalah untuk mewujudkan penyelenggaraan Negara yang baik, transparan, efektif, dan efisien, serta dapat dipertanggung jawabkan. Dengan mengoptimalkan portal PPID, maka secara langsung mewujudkan tujuan pemerintah untuk menyelenggarakan pemerintahan yang *good governance*.

### 4. Harapan

Selain untuk memenuhi ketentuan sebagaimana yang diamanatkan pada UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, pengelolaan portal PPID yang maksimal dapat membantu meningkatkan pemeringkatan Keterbukaan Informasi sebagai Badan Publik dengan kategori informatif. Hal ini dapat membangkitkan kepercayaan masyarakat terhadap transparansi kinerja DPR RI.

### 3.2 Penetapan Isu Prioritas

Berdasarkan pemaparan pada penelusuran isu, ditemukan bahwa terdapat 3 isu pada Bagian Humas dan Pengelolaan Museum. Dari ketiga isu prioritas tersebut, akan ditentukan *core issue* atau isu utama yang menjadi pokok permasalahan. Penentuan *core issue* dilakukan dengan menggunakan teknik tapisan isu APKL. **Aktual**, isu sedang terjadi dan menjadi pembicaraan orang banyak. **Problematik**, isu memiliki dimensi masalah yang kompleks sehingga perlu untuk segera dicari penyebab dan pemecahannya. **Ke-khalayakan**, isu yang secara langsung menyangkut hajat hidup orang banyak. **Layak**, artinya isu bersifat logis dan patut dibahas inisiatif penyelesaiannya.

Dalam menetapkan isu utama, digunakan teknik *scoring* dengan rentang nilai berupa matriks skor 1 – 5, yang menandakan bahwa semakin tinggi skor berarti tingkat urgensi isu semakin tinggi dan perlu segera dicari rekomendasi penyelesaiannya. Berikut matriks APKL untuk menentukan pokok isu pada Bagian Humas dan Pengelolaan Museum :

Penetapan <i>Core Issue</i> Pada Bagian Humas SetJen DPR RI						
No.	Isu	A	P	K	L	Total Skor
1	Efektivitas Kerja ASN pada Bagian Humas Selama <i>New Normal</i>	5	3	4	5	17
2	Peningkatan <i>Engagement Rate</i> pada Akun Instagram @edukasiparlemen	5	4	5	5	19
3	Optimalisasi Portal PPID	5	4	5	4	18

Tabel 1. Teknik Tapisan Isu APKL

Berdasarkan teknik tapisan isu APKL, terlihat bahwa isu mengenai *Peningkatan Engagement Rate pada Akun Instagram @edukasiparlemen* menduduki peringkat tertinggi dengan total skor 19 poin yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

Kriteria	Deskripsi Isu
<b>Aktual</b>	5 - Isu dinilai menjadi pembahasan utama pada setiap rapat koordinasi internal Bagian Humas dan diharapkan dapat segera menemukan solusi penyelesaiannya.
<b>Problematik</b>	4 - Mengelola konten media sosial harus mengikuti <i>tren</i> yang bersifat dinamis, sehingga tidak menimbulkan kejemuhan bagi publik. Apabila @edukasiparlemen tidak dikelola dengan baik, maka peluang untuk terjadinya mispersepsi antara publik dengan organisasi terkait keparlemenan semakin tinggi.
<b>Kekhalayakan</b>	5 - Isu dinilai akan memberikan kerugian immateril berupa menurunnya kredibilitas dan <i>image</i> DPR RI apabila tidak dikelola dengan baik
<b>Kelayakan</b>	5 - Isu sangat layak untuk dicari solusi dan penyelesaiannya

*Tabel 2. Rincian Skoring Tapisan Isu APKL*

Pada tingkat *aktualitas* isu, pengelolaan akun Instagram @edukasiparlemen sering menjadi agenda rapat koordinasi internal Bagian Humas. Tingkat *problematisnya* pun cukup tinggi, mengingat akun media sosial tersebut merupakan jembatan komunikasi antara Bagian Humas Setjen DPR RI dengan publik untuk mencapai kesepahaman mengenai fungsi kerja Dewan. Mayoritas program kerja Humas memiliki tingkat keterlibatan *khalayak* yang tinggi, hal ini sesuai dengan dimensi hubungan Humas Pemerintah yang senantiasa bersinggungan dengan publik eksternal organisasi ketika melaksanakan tugas dan fungsinya. Sedangkan, pengelolaan akun Instagram @edukasiparlemen *layak* untuk segera dicarikan solusi dan rekomendasi penyelesaiannya.

### 3.3 Gagasan Pemecahan Isu

Upaya meningkatkan *engagement rate* pada akun Instagram dilakukan dengan memperhatikan kesesuaian pada algoritma Instagram, yaitu dengan membuat kreasi konten *on-brand* yang berkualitas. Melalui kreativitas tersebut, diharapkan semakin banyak *followers* yang melihat konten hingga akhirnya ikut berinteraksi. Bahkan, hal

ini dapat membuat pengguna Instagram lain selain *followers* dapat menemukan konten tersebut melalui fitur *search & explore* maupun *activity*.

Pertimbangan inilah yang mendasari bahwa dalam pengelolaan media sosial tidak dapat diterapkan standar baku yang terkesan kaku, hal ini dikarenakan dalam mengelola media sosial harus senantiasa memperhatikan dinamika *trend* yang terjadi pada saat itu.

Adapun hal – hal yang perlu diperhatikan dalam mengelola *@edukasiparlemen* adalah kesesuaian konten dengan target *followers*, yaitu generasi muda pelajar dan mahasiswa, serta *positioning* edukasi parlemen yang bertujuan untuk memberikan edukasi ringan dan pemahaman terkait fungsi keparlemenan. Berdasarkan pertimbangan – pertimbangan tersebut, gagasan yang diajukan penulis untuk meningkatkan tingkat keterlibatan khalayak pada *@edukasiparlemen*, adalah :

1. Menyelenggarakan kuis dan *games* berhadiah

Kuis dan *games* yang dimaksud tidak harus berkaitan dengan tugas dan fungsi DPR RI, melainkan dapat berupa relasi *followers* dengan aktivitas kehidupan sehari – hari. Hal ini bertujuan untuk menarik attensi dan animo generasi muda pelajar agar terus memperhatikan *@edukasiparlemen*.

Penulis menawarkan gagasan untuk mengaitkan penyelenggaraan kuis dan *games* tersebut dengan nilai – nilai dasar Bela Negara sebagaimana yang telah dipelajari oleh penulis dalam Mata Pelatihan Agenda I, yaitu *cinta tanah air, sadar berbangsa dan bernegara, setia pada Pancasila sebagai ideologi negara, rela berkorban untuk bangsa dan negara, dan kemampuan awal bela negara*. Sebagai referensi, penulis akan mengadopsi beberapa *games* yang telah terdapat dalam fitur Instagram antara lain :

- a. Tebak Gibberish

*Followers* akan diberikan jajaran kata dalam Bahasa daerah dan harus menerjemahkan kata – kata tersebut kedalam Bahasa daerah secepat mungkin.

b. Quiz Bee

Kuis ini terdiri dari pertanyaan – pertanyaan yang lebih umum, misalnya pertanyaan tentang pengetahuan umum, sains, dan linguistik, khususnya yang berasal dari kebudayaan Indonesia.

c. Kuis Bahasa

Kuis Bahasa akan mengetes kemampuan *followers* tentang seberapa banyak pengetahuan soal Bahasa Indonesia sesuai dengan KBBI. *Followers* harus menebak mana penulisan kata dalam Bahasa Indonesia yang sesuai dengan EYD.

d. Tebak Soal Geografi

Kuis ini menyajikan pertanyaan dari pengetahuan umum seputar geografi Indonesia.

e. Tes Soal Sejarah

Kuis ini berisi pengetahuan tentang sejarah Indonesia, mulai dari masa kerajaan hingga masa reformasi.

2. Memperhatikan jam tayang konten

Sesuai dengan data Instagram *insights* yang telah dipaparkan penulis sebelumnya, @edukasiparlemen memiliki jam tayang utama (*prime time*) pada rentang waktu antara pukul 15.00 – 18.00. Oleh karenanya, penayangan konten akan dilakukan pada rentang waktu tersebut untuk mengoptimalkan interaksi dengan khalayak.

## BAB IV

### RANCANGAN AKTUALISASI

#### 4.1. Rancangan Aktualisasi

- Unit Kerja : Bagian Hubungan Masyarakat dan Pengelolaan Museum
- Identifikasi Isu : Tingkat keterlibatan khalayak pada [@edukasiparlemen](#) yang masih rendah, persebaran *followers* yang belum menjangkau seluruh wilayah Indonesia, belum adanya konten yang bersifat ringan, menghibur, namun tetap bersifat edukatif
- Isu yang Diangkat : Peningkatan *Engagement Rate* Pada Akun Instagram [@edukasiparlemen](#)
- Gagasan Pemecahan Isu : Mengadakan kuis dan *games*, serta menayangkan konten dengan memperhatikan durasi *prime time*

Matriks Rancangan Aktualisasi Pelatihan Dasar CPNS						
No.	Kegiatan	Tahapan Kegiatan	Output/Hasil	Keterkaitan Substansi Mata Pelatihan	Kontribusi Terhadap Tugas dan Fungsi/ Tujuan Organisasi	Penguatan Nilai Organisasi
1	2	3	4	5	6	7
1	Melakukan identifikasi, mengumpulkan data, dan analisa awal terkait pengelolaan IG <a href="#">@edukasiparlemen</a>	Melakukan konsultasi dengan atasan dan rekan kerja mengenai pengelolaan IG <a href="#">@edukasiparlemen</a>	Arahan mengenai langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam meningkatkan keterlibatan khalayak <a href="#">@edukasiparlemen</a>	<b>Etika Publik</b> : Menerapkan etika dalam berkonsultasi dan berkoordinasi dengan atasan maupun rekan kerja  <b>Akuntabilitas</b> : Pertanggung jawaban yang harus dicapai oleh Pranata Humas dalam menjembatani komunikasi dua arah antara organisasi dengan publiknya  <b>Komitmen Mutu</b> : Mengupayakan inovasi yang berorientasi pada mutu	Peningkatan <i>engagement rate</i> pada <a href="#">@edukasiparlemen</a> memberikan kontribusi pada tugas dan fungsi unit kerja dalam penyelenggaraan kegiatan komunikasi publik	Akuntabel  Profesional  Integritas

Matriks Rancangan Aktualisasi Pelatihan Dasar CPNS						
No.	Kegiatan	Tahapan Kegiatan	Output/Hasil	Keterkaitan Substansi Mata Pelatihan	Kontribusi Terhadap Tugas dan Fungsi/ Tujuan Organisasi	Penguatan Nilai Organisasi
1	2	3	4	5	6	7
2	Mempelajari berbagai literatur dan kebijakan pemerintah mengenai pengelolaan media sosial di lingkungan instansi pemerintah	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mengumpulkan dan mempelajari literatur yang berkaitan dengan pengelolaan media sosial dan <i>branding management</i></li> <li>b. Mempelajari PermenPAN-RB No. 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah</li> </ul>	Rangkuman peraturan mengenai tata cara pengelolaan media sosial instansi pemerintah	<p><b>Nasionalisme</b> : Menjadikan peraturan pemerintah yang berlaku sebagai landasan hukum</p> <p><b>Komitmen Mutu</b> : Bekerja dengan mengacu pada peraturan yang berlaku dan menjadikan literatur ilmiah sebagai referensi yang mengutamakan mutu sesuai dengan standar yang ditetapkan</p>	<p>Berupaya mewujudkan organisasi yang profesional dan modern</p>	<p>Integritas</p> <p>Profesional</p>
3	Menyusun konsep konten	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Berkoordinasi dengan mentor dan rekan kerja untuk memberikan arahan mengenai konsep konten</li> <li>b. Mengembangkan gagasan penyusunan konten</li> <li>c. Meminta <i>approval</i> kepada mentor terkait gagasan konten yang akan ditayangkan</li> <li>d. Koordinasi dengan tim <i>design</i> guna mengaplikasikan gagasan kedalam bentuk bahan tayang</li> </ul>	<i>Outline</i> dan <i>draft</i> konsep materi konten	<p><b>Etika Publik</b> : Mengutamakan komunikasi, konsultasi, dan kerjasama</p> <p><b>Komitmen Mutu</b> : Berorientasi pada mutu melalui penyelenggaraan tugas secara efektif, efisien, dan inovatif</p>	<p>Menyediakan pelayanan publik yang prima kepada stakeholder eksternal organisasi</p>	<p>Integritas</p> <p>Profesional</p> <p>Akuntabel</p>
4	Menyusun jadwal penyajian konten ( <i>time table</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Koordinasi dengan rekan kerja terkait penyajian konten agar dapat menyesuaikan dengan agenda penyajian yang lain</li> <li>b. Meminta <i>approval</i> kepada mentor terkait jadwal penyajian konten</li> </ul>	<i>Draft time table</i>	<b>Akuntabilitas</b> : Menunjukkan sikap dan perilaku yang konsisten dengan mematuhi jadwal penyajian konten yang telah ditetapkan	<p>Membangun komunikasi dua arah yang efektif dan efisien dengan publik eksternal organisasi</p>	<p>Profesional</p> <p>Akuntabel</p>

Matriks Rancangan Aktualisasi Pelatihan Dasar CPNS						
No.	Kegiatan	Tahapan Kegiatan	Output/Hasil	Keterkaitan Substansi Mata Pelatihan	Kontribusi Terhadap Tugas dan Fungsi/ Tujuan Organisasi	Penguatan Nilai Organisasi
1	2	3	4	5	6	7
5	Eksekusi penayangan konten berupa kuis dan <i>games</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memperhatikan durasi jam tayang utama (<i>prime time</i>) pada <i>@edukasiparlemen</i></li> <li>b. Mengunggah konten melalui <i>snapgram</i> atau langsung pada <i>feed</i> IG</li> </ul>	Tayangan konten pada <i>snapgram</i> dan <i>feed</i> <i>instagram</i>	<p><b>Komitmen Mutu :</b> Penayangan konten yang ringan, menghibur, namun tetap mengedukasi yang bertujuan untuk meningkatkan interaksi</p> <p><b>Nasionalisme :</b> Kuis dan <i>games</i> yang diadakan memuat nilai - nilai dasar bela negara untuk mengajak generasi muda dalam membangun semangat nasionalisme</p>	<p>Memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung pelaksanaan tugas dan fungsi serta kemudahan akses informasi bagi publik</p>	<p>Profesional</p> <p>Integritas</p>
6	Evaluasi penayangan konten dan dampaknya terhadap peningkatan <i>engagement rate</i> <i>@edukasiparlemen</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menggali data yang diperoleh melalui <i>instagram insights</i> setelah konten ditayangkan</li> <li>b. Mengolah data yang meliputi <i>accounts reached</i> dan <i>followers breakdown</i>, serta melakukan analisa data</li> <li>c. Melaporkan hasil evaluasi tersebut kepada mentor</li> </ul>	Laporan evaluasi upaya peningkatan <i>engagement rate</i>	<p><b>Akuntabilitas :</b> Memenuhi tanggung jawab yang menjadi amanah seorang ASN</p> <p><b>Komitmen Mutu :</b> Laporan evaluasi digunakan sebagai catatan dalam menentukan strategi dan langkah perbaikan dalam pengelolaan media sosial kedepannya</p> <p><b>Anti Korupsi :</b> Laporan evaluasi merupakan bentuk transparansi dalam bekerja</p>	<p>Terwujudnya <i>social media monitoring</i> secara berkala dalam membangun komunikasi dua arah dan menanamkan pemahaman tentang nilai - nilai organisasi kepada publik eksternal</p>	<p>RAPI (Religius, Akuntabel, Profesional, Integritas)</p>

Tabel 3. Matriks Rancangan Aktualisasi

#### 4.5. Jadwal Kegiatan

Kegiatan aktualisasi akan dilaksanakan selama 30 hari kerja terhitung mulai tanggal 5 Mei 2021 sampai dengan 22 Juni 2021 dengan rincian jadwal kegiatan sebagai berikut :

Tabel 4. Jadwal Kegiatan Aktualisasi

## BAB V

### PELAKSANAAN AKTUALISASI

## 5.1 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Aktualisasi

Rincian jadwal realisasi kegiatan aktualisasi dapat dilihat melalui matriks sebagai berikut :

Tabel 5. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Aktualisasi

Dalam realisasinya, jadwal pelaksanaan kegiatan aktualisasi berbeda dengan jadwal rencana kegiatan yang telah disusun sebelumnya. Hal ini dikarenakan penulis menyesuaikan antara implementasi program kerja aktualisasi dengan keputusan Rapat Dewan Redaksi Bagian Humas dan Pengelolaan Museum yang diselenggarakan setiap awal bulan. Disamping itu, implementasi kegiatan tidak dapat dimaksimalkan hingga tanggal 22 Juni 2021 sebagaimana yang telah direncanakan semula. Hal ini disebabkan oleh adanya kegiatan Penguatan Kompetensi Teknis Bidang Tugas (PKTBT) CPNS Angkatan V yang diselenggarakan pada tanggal 15 s/d 17 Juni 2021, sehingga turut berpengaruh terhadap pelaksanaan program kerja aktualisasi yang dilakukan penulis.

Pada akhir April hingga Mei 2021, penulis fokus pada pengolahan konten IG @edukasiparlemen. Sedangkan pada bulan Juni 2021, penulis fokus pada penyusunan laporan *social media monitoring* yang merupakan *output* akhir dari program kerja aktualisasi ini. Adapun rincian tahapan kegiatan, bukti pelaksanaan program, serta kendala dan solusinya, akan dipaparkan pada sub-bab selanjutnya.

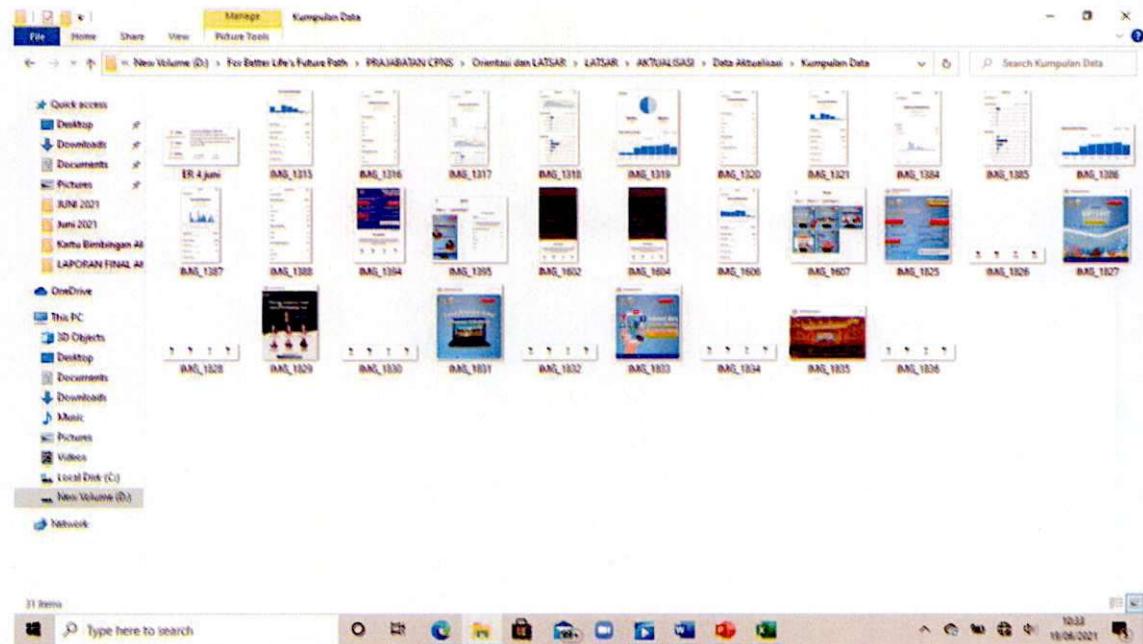
## 5.2 Penjelasan Tahapan Kegiatan

### 5.2.1 Melakukan Identifikasi, Mengumpulkan Data, dan Analisa Awal Kondisi Eksisting Pengelolaan IG @edukasiparlemen

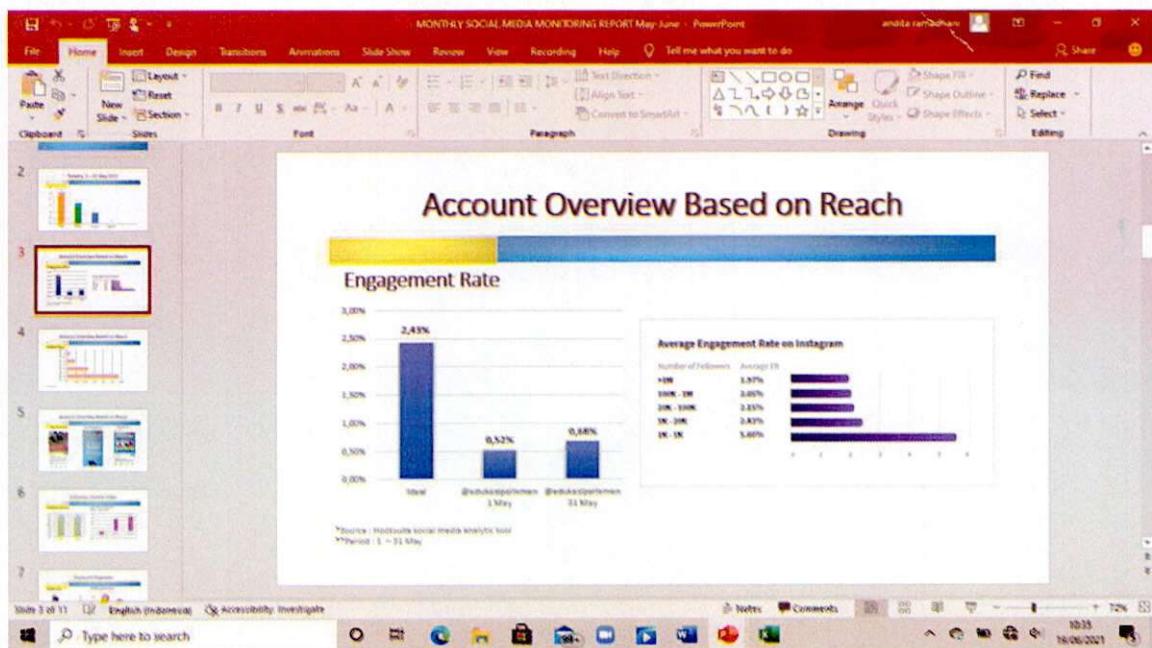
#### 5.2.1.1 Deskripsi Kegiatan

Dalam realisasi pelaksanaannya, selama kegiatan aktualisasi berlangsung penulis berupaya untuk menggali data yang bersumber dari Instagram *insights* dan *hootsuite social media analytical tool*, guna memperoleh gambaran terkait kondisi IG @edukasiparlemen pada awal implementasi program, selama berjalannya program, serta pada akhir program. Data – data yang telah terkumpul selanjutnya diolah sebagai dasar untuk menentukan strategi pengelolaan konten @edukasiparlemen selanjutnya.

Berikut adalah tangkapan layar berupa kumpulan data dari Instagram *insights* yang telah penulis himpun, beserta pengolahan data yang disusun oleh penulis.



Gambar 8. Tangkapan Layar Kumpulan Data



Gambar 9. Tangkapan Layar Pengolahan Data

### 5.2.1.2 Penerapan Nilai – Nilai Dasar ASN

Pada Tahap Kegiatan I, penulis menerapkan nilai – nilai dasar profesi ASN sebagai berikut :

a. Akuntabilitas

Nilai akuntabilitas diaplikasikan oleh penulis ketika berupaya untuk menggali dan mencari data dari berbagai sumber. Data – data tersebut bertujuan untuk mengetahui kondisi awal, kondisi pada saat program dijalankan, dan kondisi pada akhir setelah program selesai dilaksanakan. Kegiatan penghimpunan data merupakan upaya memperbaiki kinerja dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

b. Komitmen Mutu

Melalui data – data yang terkumpul, penulis berupaya mengolah dan menganalisisnya sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan arah strategi yang akan dilakukan kedepan. Sehingga, hal tersebut sangat berpengaruh pada penayangan konten yang kreatif, inovatif, dan bermutu kepada masyarakat.

### 5.2.2 Mempelajari Literatur dan Kebijakan Pemerintah Mengenai Pengelolaan Media Sosial di Lingkungan Instansi Pemerintah

#### 5.2.2.1 Deskripsi Kegiatan

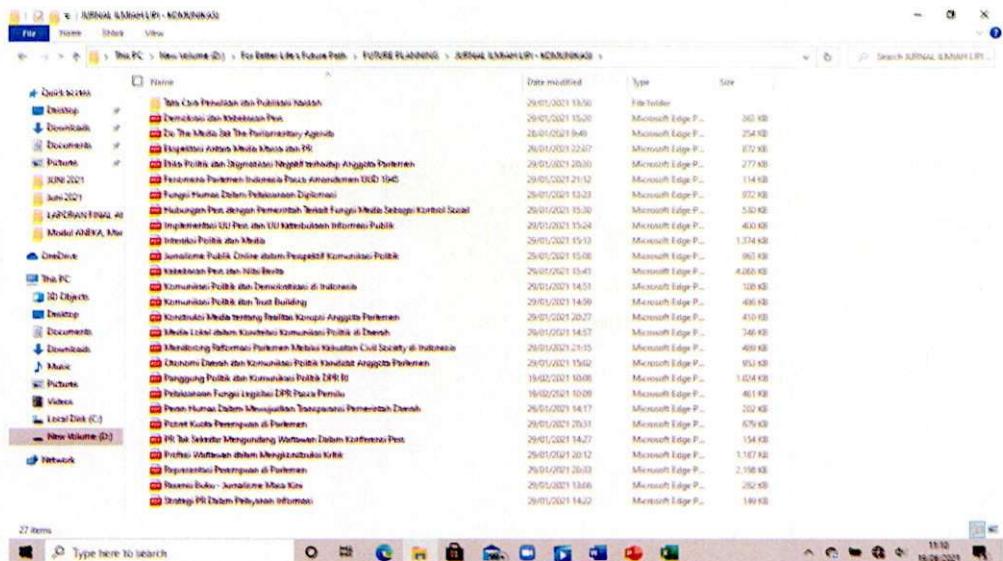
Pada tahap kegiatan ini, penulis berupaya untuk mengumpulkan berbagai referensi ilmiah dan kebijakan pemerintah mengenai pengelolaan media sosial di lingkungan instansi pemerintah, yang bertujuan untuk memperkaya khazanah pengetahuan penulis terhadap praktik dan implementasi pengelolaan sosial media di lingkungan pemerintahan. Hal ini disebabkan, terdapat beberapa perbedaan mendasar dalam mengelola konten sosial media milik sektor swasta dengan milik

pemerintah. Adapun perbedaan tersebut terletak pada gaya Bahasa yang digunakan, jenis informasi yang disampaikan, dan tujuan penyampaian informasi kepada publik eksternal organisasi. Sedangkan kebijakan pemerintah yang dimaksud pada tahap kegiatan ini adalah PermenPANRB No. 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial di Instansi Pemerintah.

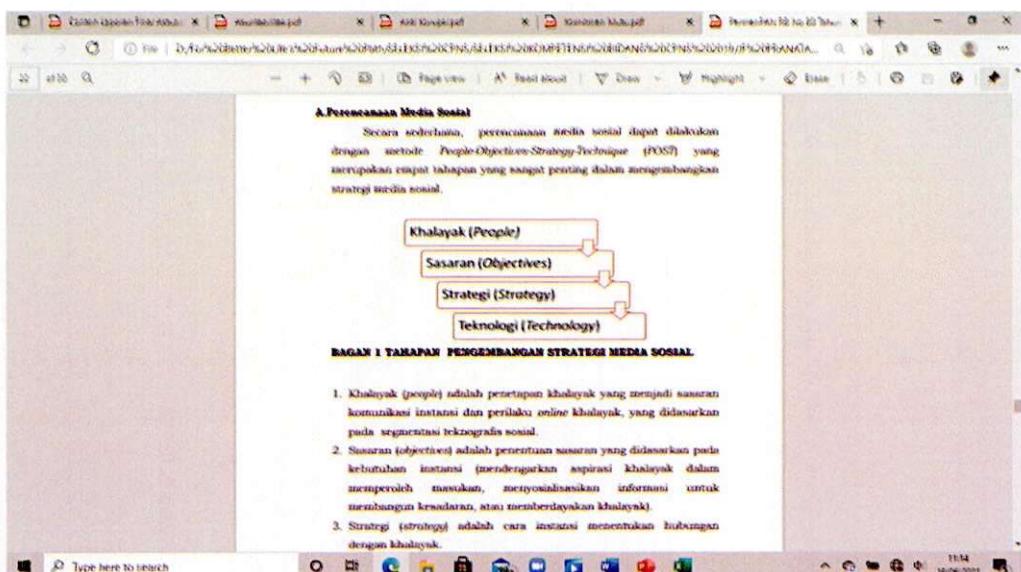
Dalam PermenPANRB tersebut, dipaparkan bahwa penggunaan media sosial yang mengatasnamakan instansi pemerintah harus disertai aturan dan pengendalian yang tegas dan mengikat, serta pengelolaan yang profesional. Adapun asas – asas pengelolaan media sosial instansi pemerintah meliputi :

- a. Faktual, informasi yang disampaikan harus berlandaskan pada data dan fakta yang jelas dengan mempertimbangkan kepentingan umum.
- b. Aksesibel, dapat diakses dengan mudah dan diketahui oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun
- c. Keterlibatan (*engagement*), informasi yang disampaikan harus diarahkan untuk mendorong keikutsertaan dan keterlibatan khalayak, sehingga harus memperhatikan aspek interaktif, harmonis, etis, kesetaraan, profesional, dan akuntabel.

Sedangkan referensi yang penulis himpun berasal dari beberapa artikel jurnal ilmiah dengan lokus penelitian pada lingkungan instansi pemerintahan. Diantaranya adalah “Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah” (UIN Sunan Gunung Djati Bandung), “Kompetensi Humas Pemerintah Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0” (Kemenkominfo), dan *The Real GPR 2020* yang diterbitkan oleh IPRAHUMAS.



Gambar 10. Tangkapan Layar Kumpulan Referensi Ilmiah Pengelolaan Media Sosial



Gambar 11. Tangkapan Layar Isi PermenPANRB No.83 Tahun 2012

### 5.2.2.2 Penerapan Nilai – Nilai Dasar ASN

Nilai – nilai dasar ASN yang telah penulis terapkan dalam tahapan kegiatan II antara lain :

a. Nasionalisme

Penulis berupaya untuk mengembangkan diri dengan menambah wawasan terkait pengelolaan sosial

media melalui berbagai literatur, hal ini bertujuan sebagai dasar penulis dalam menyampaikan gagasan untuk dapat berkontribusi dalam menyusun strategi konten pada *@edukasiparlemen*. Disamping itu, penulis menggunakan peraturan pemerintah yang berlaku sebagai landasan hukum dalam implementasi program aktualisasi ini.

b. Komitmen Mutu

Dalam mengembangkan strategi pengelolaan konten sosial media, diperlukan berbagai referensi agar dapat mencapai tujuan dengan tepat. Adapun tujuan dalam program aktualisasi ini adalah meningkatkan *engagement rate* *@edukasiparlemen* agar masyarakat dapat teredukasi dengan baik mengenai mekanisme kerja DPR RI secara menyeluruh.

### 5.2.3 Menyusun Jadwal Penayangan Konten

#### 5.2.3.1 Deskripsi Kegiatan

Masa *off campus* dan kegiatan aktualisasi diselenggarakan pada tanggal 5 Mei s/d 22 Juni 2021, akan tetapi penulis telah memulai pelaksanaan kegiatan pada tanggal 27 April 2021. Hal ini dikarenakan pada tanggal tersebut, Bagian Humas dan Pengelolaan Museum menyelenggarakan Rapat Dewan Redaksi penyusunan konten sosial media untuk bulan Mei. Pada praktiknya, Rapat Dewan Redaksi tersebut dilaksanakan pada akhir bulan untuk membahas strategi penyusunan konten pada bulan berikutnya, termasuk didalamnya membahas mengenai *plotting schedule* atau ASN yang bertugas untuk mengisi konten sosial media.

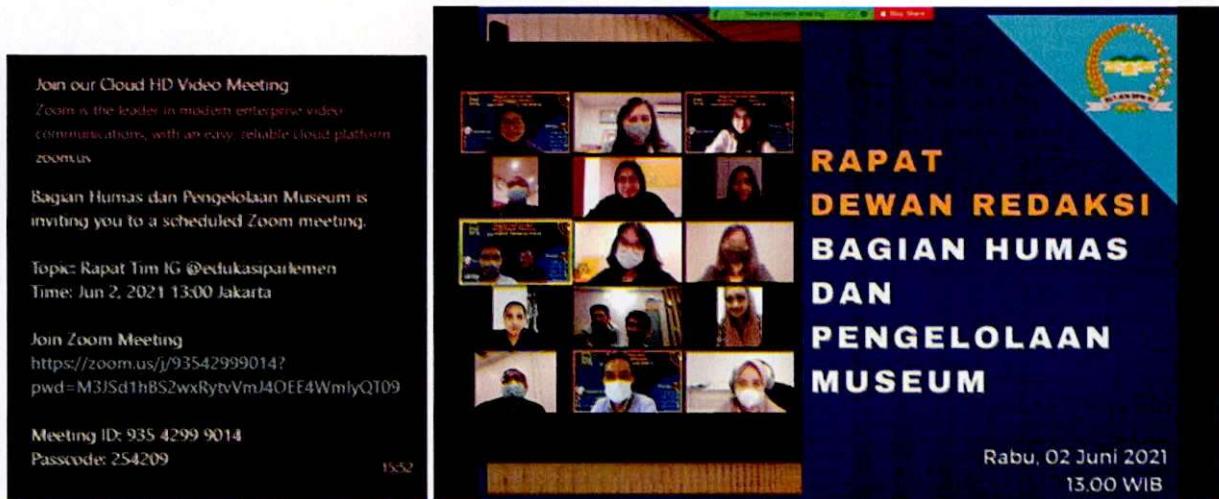
Hal – hal yang menjadi dasar pertimbangan dalam menyusun *timeline* konten adalah tema disesuaikan dengan Hari Besar Nasional (HBN), *event* yang diselenggarakan oleh Bagian Humas dan Pengelolaan Museum pada bulan tersebut, dan gagasan – gagasan lain dari masing – masing ASN yang bertugas.



Gambar 12. Tangkapan Layar Rapat Dewan Redaksi Untuk Konten Mei 2021



Gambar 13. Tangkapan Layar Rapat Tim Redaksi IG @edukasiparlemen Mei 2021



Gambar 14. Tangkapan Layar Rapat Dewan Redaksi Untuk Konten Juni 2021

Rapat Redaksi						
Timeline Program IG Edukasi Parlemen Mei 2021						
Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
					1	2
3	4	5	6	7	Hari buruh internasional (Dena). Poster : Rio	Hari pendidikan nasional (Indah). Poster : Rio
Hari pers sedunia (Agra). Poster : Rio	Story - This or That (Agra). Poster : Magang	Konten hak angket (Dena). Poster : Magang	Poster IG Live Tanggal 7. Poster : Rio	IG Live Tema : Hari Museum internasional. Menggunakan 3 IG Live @edukasiparlemen, @museumdpr, dan IG narasumber (Dita)	8	9
10	11	12	13	14	Hari Palang Merah Internasional (Dita). Poster : Magang	15
Quotes (Grace). Poster : Rio	Story - Protokol Kesehatan Menyambut Lebaran (Indah). Videografis : Magang		Kenalkan Isa Almasih (Grace). Poster : Magang			16
			Idul Fitri 1442 H (Indah). Poster : Rio			
17	18	19	20	21	22	23
Hari buku nasional (Aya). Poster : Marshall	Hari museum internasional (Dena). Poster : Fadhel	Games Nasionalisme (Dita). Poster : Rio	Hari kebangkitan nasional (Indah). Poster : Rio	IG Live Tema : Nasionalisme Petugas Upacara (Agra)		
			pengumuman pemenang games - gopay/pulsa/voucher (Indah). Poster : Fadhel			
			Poster IG Live by : Marshall			
24	25	26	27	28	29	30
Hak menyatakan pendapat (Dena). Poster : Rio	Vlog Taman Rusa (Agra)	Hari raya Waisak (Agra). Poster : Magang	Poster IG Live Tanggal 28. Poster : Rio	IG Live Kunjungan Masyarakat (Host : Aya, Narasumber : Pak Indra)		
31	Hari tanpa tembakau internasional (Grace). Poster : Magang	Games (Dita). Poster : Magang				

Tabel 6. Timeline Program IG @edukasiparlemen Mei 2021

Timeline Program IG Edukasi Parlemen Juni 2021							
MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	PIC
		1	2	3	4	5	
		Feed- (HBN) Hari Lahir Pancasila (Rio)		Poster IG live (Rio)	IG Live (Promosi Seminar Bakohumas Risa - Bumini)	Feed-(HBN) Hari Lingkungan Hidup Sedunia (Marshel)	Indah, Dena
		(HBN) Hari Anak Sedunia (Fadhel)	This or that/ Quiz tlg anak (Sophie)				dita: media monitoring
6	7	8	9	10	11	12	
	Feed- Poster Penerimaan Magang (Rio)	Feed- (HBN) Hari Laut Sedunia (Rio)	Live IG Acara Seminar Bakohumas (EO)	Feed- Jadwal Kunjungan Edukasi Parlemen (willy- Marshel)	Feed-Video Sorotan Acara Bakohumas (Fadhel)		Agra, Indah
	Kegiatan- Take Video (shooting)	Feed- Poster Seminar Bakohumas (Vicky)	Sorotan IGS Acara Bakohumas (Fadhel)				dita: media monitoring
13	14	15	16	17	18	19	
	Feed- (HBN) Hari donor darah sedunia (Rio)	Feed-Vlog Ruang Rapat Paripurna DPR (Marshel, Sophie & Fadhel)	Feed- Tata Tertib DPR (Marshel)	Poster IG live (Rio)	IG Live (Kunjungan Masyarakat, Silugas) aya - Wiryawan		Dena, Agra
	This or that/ Quiz tlg Donor Darah (Sophie)			Feed- Pendaftaran magang ditutup (Rio)			dita: media monitoring
20	21	22	23	24	25	26	
	Feed- (HBN) Hari Musik Sedunia (Rio)	Kegiatan-(wawancara peserta magang)	Feed- Tugas dan Wewenang DPR (Marshel)	Vlog Perpustakaan DPR (Marshel, Sophie & Fadhel)	Kegiatan (Workshop media sosial (anak magang X Humas)	Feed- (HBN) Hari Anti Narkoba Internasional (Marshel)	Indah, Dena
		This or That / Quiz HBN Musik (Sophie)					
27	28	29	30				
	Feed - Video Testimoni Magang @Edukasi Parlemen (fadhel dan Sophie)	Feed- (HBN) Hari Keluarga Nasional (Rio)	(Rapat Redaksi)				Dena, Agra

Tabel 7. Timeline Program IG @edukasiparlemen Juni 2021

### 5.2.3.2 Penerapan Nilai – Nilai Dasar ASN

Pada tahap kegiatan III, penulis telah menerapkan nilai – nilai dasar ASN sebagai berikut :

#### a. Etika Publik

Jadwal penayangan konten (*timeline*) disusun berdasarkan keputusan hasil Rapat Dewan Redaksi, sehingga diperlukan adanya diskusi, koordinasi, dan kerjasama antar personil guna mengintegrasikan gagasan – gagasan yang muncul. Gagasan tersebut menjadi strategi dalam pengelolaan konten @edukasiparlemen pada bulan berikutnya. Sehingga, dalam hal ini penulis telah mengedepankan komunikasi, konsultasi, dan kerjasama yang baik.

## b. Akuntabilitas

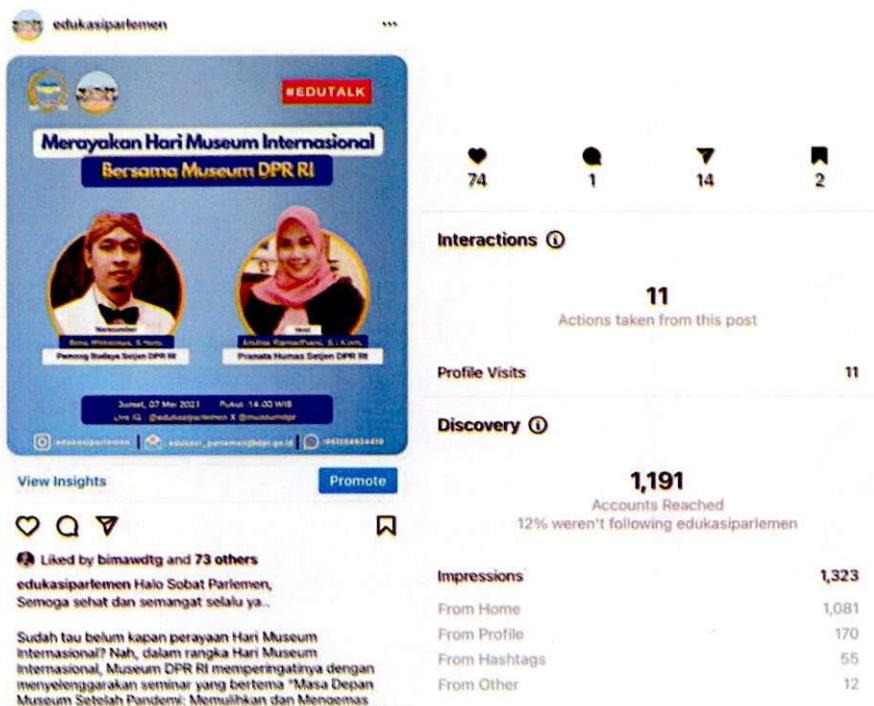
Penulis berupaya untuk bersikap dan berperilaku yang konsisten dan disiplin dengan mematuhi jadwal penayangan konten yang telah ditetapkan oleh forum.

### 5.2.4 Menyusun Konsep dan Eksekusi Penayangan Konten

#### 5.2.4.1 Deskripsi Kegiatan

Sesuai dengan keputusan hasil Rapat Dewan Redaksi, selama kegiatan aktualisasi berlangsung, penulis telah menyusun konsep konten IG @edukasiparlemen untuk mengisi konten Hari Museum Internasional, Hari Palang Merah Internasional, Kuis Nasionalisme dalam rangka menyambut Hari Kebangkitan Nasional, dan Kuis Hari Tanpa Tembakau Internasional. Penulis turut berkoordinasi dengan mahasiswa magang untuk kebutuhan *design* konten, serta meminta saran dan masukan dari Pranata Humas lainnya terkait *caption* dan *design* konten.

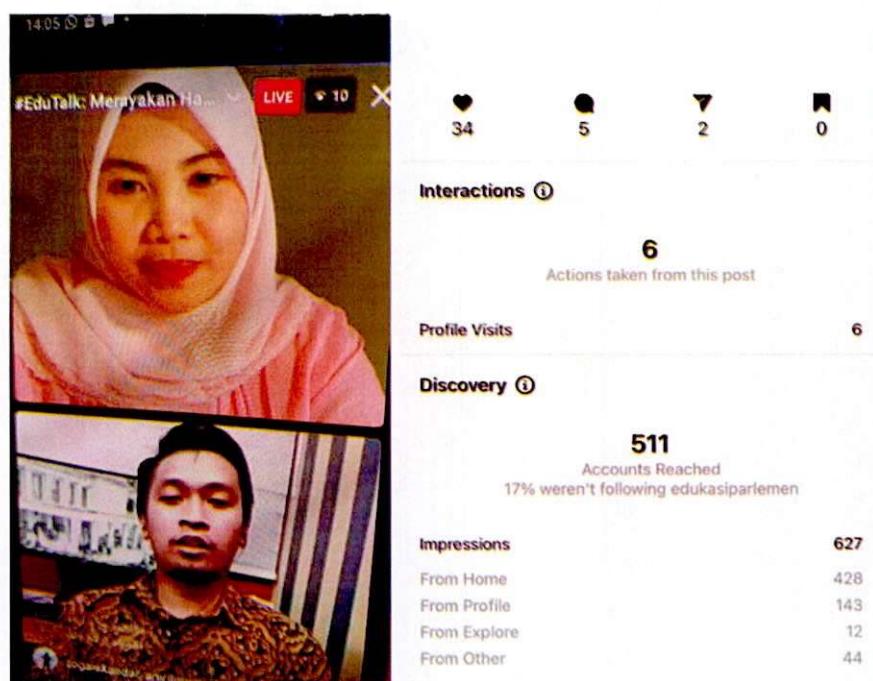
#### a. Promosi Kegiatan Museum Setjen DPR RI



Gambar 15. Tangkapan Layar Poster IG Live Penulis

Penulis mendapatkan kesempatan untuk melakukan IG Live promosi kegiatan Seminar Daring Museum Setjen DPR RI dalam rangka menyambut Hari Museum Internasional. Adapun IG Live dilaksanakan pada tanggal 7 Mei 2021, dan penayangan poster pengumuman dilakukan satu hari sebelum acara, yaitu tanggal 6 Mei 2021.

Atensi dan interaksi publik pada penayangan poster IG Live ini cukup tinggi, yaitu dengan *accounts reached* sebanyak 1.191 akun, dan total impresi 1.323 akun. Impresi adalah frekuensi munculnya konten yang diunggah oleh @edukasiparlemen pada laman beranda *followers*.



Gambar 16. Tangkapan Layar IG Live Penulis

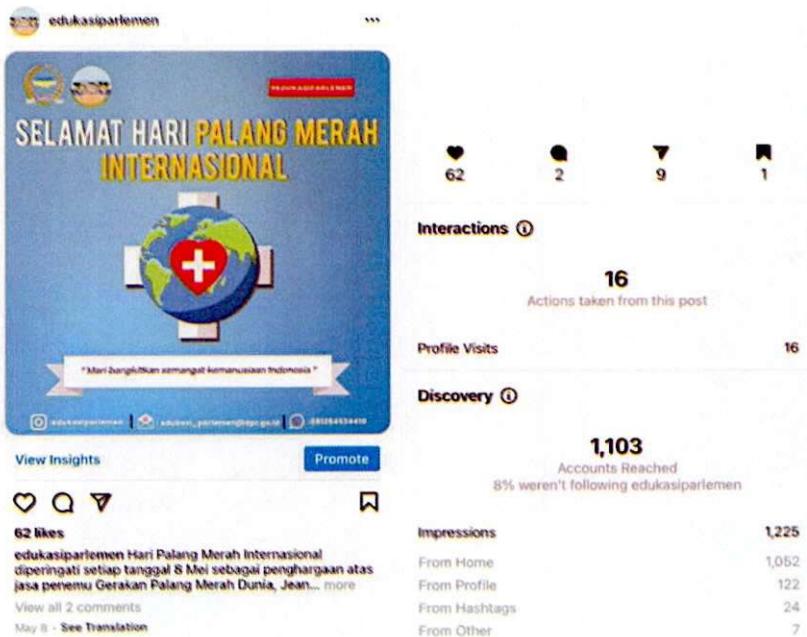
Sedangkan pada saat pelaksanaan IG Live, total *accounts reached* yang diperoleh sebanyak 511 akun dengan impresi yang muncul pada 627 akun. Adapun *link* konten dapat diakses melalui url :

[https://www.instagram.com/p/COhsroQniVA/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/COhsroQniVA/?utm_medium=copy_link)

b. Poster Hari Palang Merah Internasional

Dalam penayangan konten ini, penulis menyusun konsep *design* dan *caption*, serta berkoordinasi dengan mahasiswa magang terkait teknis pembuatan *design*. Berhasil meraih *reached* sebanyak 1.103 akun dan impresi pada 1.225 akun. Konten ini tayang pada @edukasiparlemen pada tanggal 8 Mei 2021 dengan link url sebagai berikut :

[https://www.instagram.com/p/COmRKtknTqU/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/COmRKtknTqU/?utm_medium=copy_link)



Gambar 17. Tangkapan Layar Konten Hari Palang Merah Internasional

c. Kuis Nasionalisme – Hari Kebangkitan Nasional

Dalam rangka memperingati Hari Kebangkitan Nasional, penulis menyusun konten kuis nasionalisme yang diunggah melalui *feed* Instagram pada tanggal 19 Mei 2021. Kuis ini bertujuan untuk menumbuhkan rasa nasionalisme pada generasi muda pelajar dengan mengingat kembali pahlawan – pahlawan kebangkitan. Pemenang kuis ini mendapatkan *voucher* senilai Rp 200.000,- untuk 2 orang pemenang. Kuis berhasil mencapai 866 kali penayangan (*reached*) dengan total impresi sebanyak 1.088 akun. Adapun kuis ditayangkan pada rentang waktu antara pk 15.00 – 18.00 WIB sesuai dengan jam tayang utama (*prime time*) IG @edukasiparlemen. Link url untuk mengakses konten ini sebagai berikut :

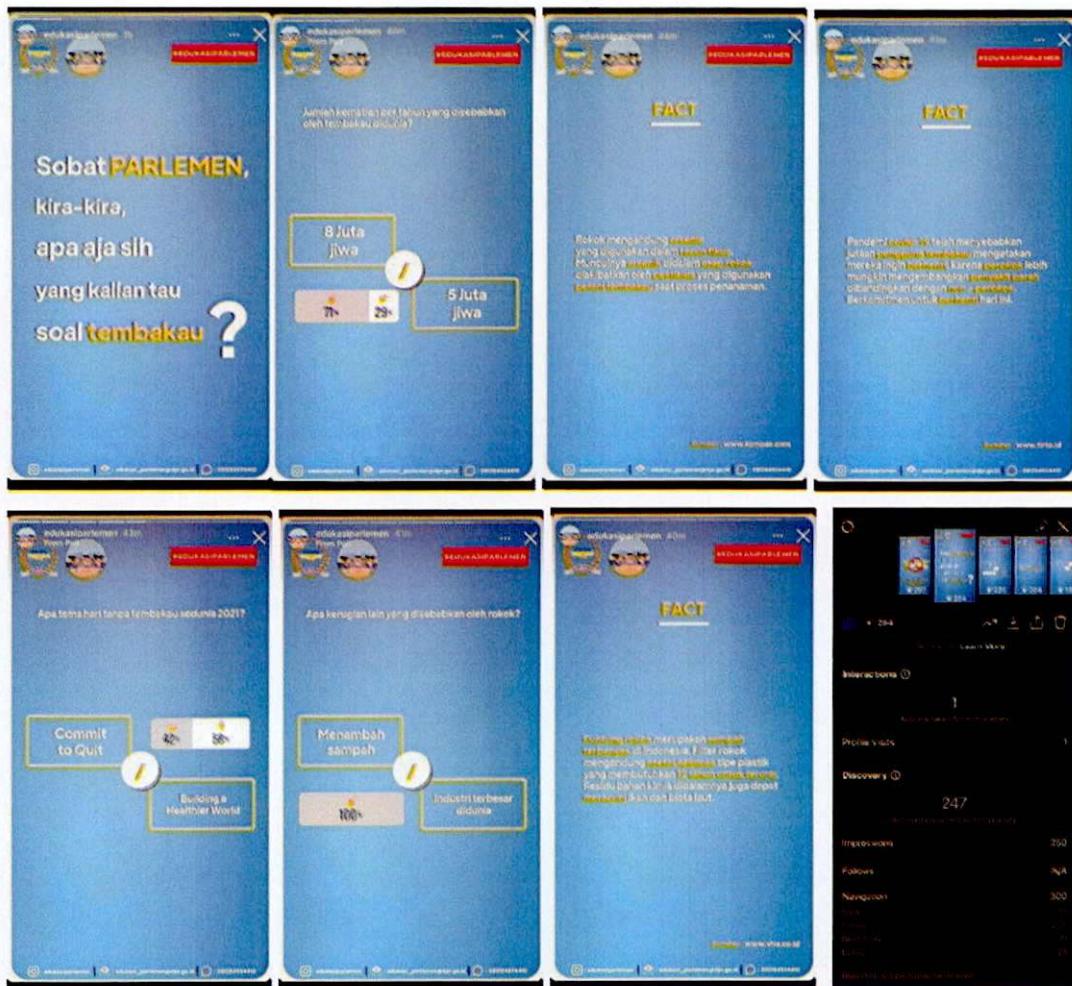
[https://www.instagram.com/p/CPDPLLdnbl5/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CPDPLLdnbl5/?utm_medium=copy_link)



Gambar 18. Tangkapan Layar Konten Kuis Nasionalisme

#### d. Kuis Hari Tanpa Tembakau

Kuis ini diunggah pada tanggal 31 Mei 2021 melalui *snapgram* atau *insta story*. Tujuan kuis ini adalah untuk mengajak generasi muda pelajar menghindari rokok dengan pemberian informasi dan edukasi yang bersifat ringan. Tidak disediakan hadiah untuk pemenang atau partisipan kuis, hal ini mengingat tujuan kuis yang *edutainment*. Berhasil memperoleh 247 kali penayangan dengan total impresi 250 akun. Adapun kuis ditayangkan pada rentang waktu antara pk 15.00 – 18.00 WIB sesuai dengan jam tayang utama (*prime time*) IG @edukasiparlemen.



Gambar 19. Tangkapan Layar Konten Kuis Hari Tanpa Tembakau Sedunia

#### 5.2.4.2 Penerapan Nilai – Nilai Dasar ASN

Selama Tahap Kegiatan IV berlangsung, penulis telah mengaplikasikan nilai – nilai dasar ASN sebagai berikut :

a. Etika Publik

Nilai etika publik diterapkan oleh penulis ketika berkoordinasi dengan mahasiswa magang dan sesama rekan kerja Pranata Humas untuk memperoleh saran dan masukan. Kerjasama dan koordinasi harus senantiasa diutamakan untuk dapat mencapai tujuan bersama organisasi.

b. Komitmen Mutu

Sebelum konten ditayangkan, terlebih dahulu penulis mengunggahnya melalui akun *dummy* sebagai langkah percobaan. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir adanya kekurangan atau kesalahan, sehingga konten yang disampaikan kepada publik menjadi lebih bermutu.

c. Nasionalisme

Kuis yang ditayangkan memuat nilai – nilai dasar bela negara untuk mengajak generasi muda pelajar dalam membangun semangat nasionalisme.

#### 5.2.5 Evaluasi Penayangan Konten dan Dampaknya Terhadap Peningkatan *Engagement Rate* IG @edukasiparlemen<sup>1</sup>

##### 5.2.5.1 Deskripsi Kegiatan

Setelah menyusun konsep dan eksekusi konten selama bulan Mei 2021, selama minggu pertama Juni hingga minggu kedua Juni 2021, penulis menyusun *social media monitoring report* sebagaimana terlampir sebagai bahan evaluasi dan *output* akhir dalam program aktualisasi ini. Adapun laporan tersebut berisi

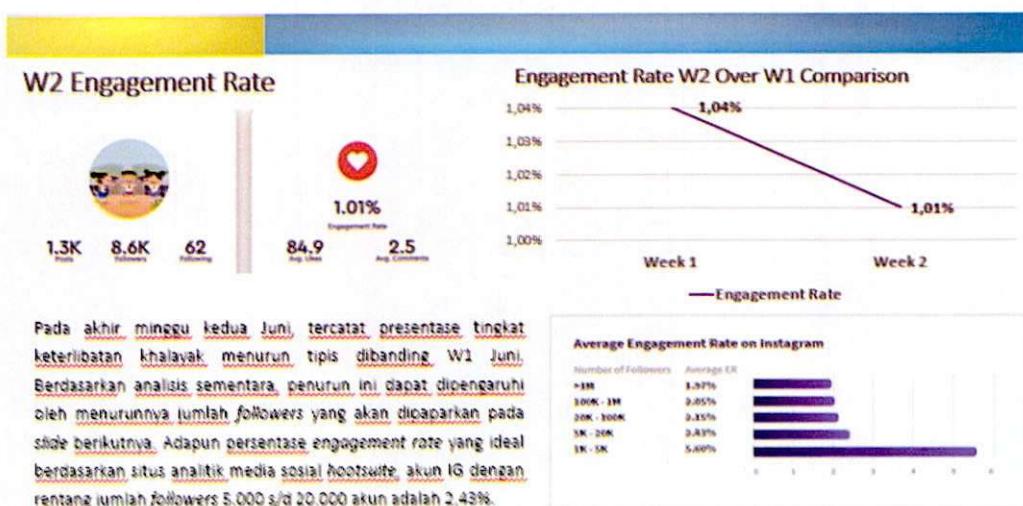
---

<sup>1</sup> Terlampir *monthly social media monitoring report*, dan *weekly social media monitoring report*

*account overview, engagement rate growth, followers growth index, dan kesimpulan, yang disusun secara bulanan dan mingguan. Laporan tersebut dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan dalam menentukan strategi pengelolaan sosial media pada periode berikutnya untuk memaksimalkan fungsi diseminasi informasi kepada publik eksternal, khususnya generasi muda pelajar terkait mekanisme kerja DPR RI.*

Pada awal aktualisasi, *engagement rate* akun @edukasiparlemen tercatat sebesar 0,52%. Akan tetapi, setelah program dijalankan, *engagement rate* mengalami peningkatan menjadi lebih dari 1%. Meskipun belum mencapai standard ideal *engagement rate* yang ditetapkan oleh *hootsuite*, yaitu 2,43%, namun secara perlahan penerapan tayangan konten yang bersifat edukatif, ringan, dan menghibur, mampu berkontribusi terhadap peningkatan *engagement rate* secara periodik.

## Account Overview Based on Reach



Gambar 20. Tangkapan Layar Engagement Rate IG @edukasiparlemen Pada Akhir Program

#### 5.2.5.2 Penerapan Nilai – Nilai Dasar ASN

Pada tahapan kegiatan akhir, penulis telah menerapkan nilai – nilai dasar ASN sebagai berikut :

a. Akuntabilitas

Melalui laporan evaluasi pengelolaan sosial media tersebut, penulis berupaya memenuhi tanggung jawab dan amanah terhadap program kerja yang telah disusun.

b. Komitmen Mutu

Laporan evaluasi yang disusun oleh penulis dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan strategi dan langkah perbaikan dalam pengelolaan sosial media @edukasiparlemen kedepannya.

c. Anti Korupsi

Dengan adanya laporan evaluasi, penulis telah menerapkan nilai dasar anti korupsi, yaitu tanggung jawab, transparansi, disiplin, jujur, dan kerja keras dalam berkinerja.

### 5.3 Stakeholder

Pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang berkaitan dengan pelaksanaan aktualisasi ini terdiri dari :

1. Stakeholder Internal

Stakeholder internal meliputi personil yang berada pada unit kerja Bagian Humas dan Pengelolaan Museum, diantaranya Kepala Bagian Humas dan Pengelolaan Museum; Kepala Sub Bagian Promosi, Diseminasi, dan Edukasi Publik; Kepala Sub Bagian Pelayanan Informasi dan Kunjungan Masyarakat; Kepala Sub Bagian Pengelolaan Museum; Pranata Humas; PPNASN; serta para mahasiswa magang di Bagian Humas dan Pengelolaan Museum.

## 2. Stakeholder Eksternal

Stakeholder eksternal terdiri dari generasi muda pelajar dan mahasiswa yang merupakan *followers* akun @edukasiparlemen, serta pengguna Instagram lain selain *followers* yang ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan program aktualisasi ini.

### 5.4 Kendala dan Strategi Menghadapi Kendala

Dalam menyusun rancangan aktualisasi, terdapat beberapa kendala dan tantangan yang harus dilalui sebagai berikut :

1. Literatur dan jurnal ilmiah yang dipublikasikan lebih banyak memuat tentang teori dan kondisi eksisting yang terjadi di lapangan, sedangkan paparan tentang kondisi ideal dan strategi yang bersifat aplikatif mengenai pengelolaan sosial media di lingkungan instansi pemerintah masih sangat terbatas.
2. Sulitnya melakukan *benchmarking* ke sesama akun Instagram milik pemerintah, hal ini dikarenakan berbeda instansi maka berbeda pula rangkaian atau jumlah akun yang dimiliki. *Benchmarking* dapat dilakukan dengan menganalisis komparasi antara @edukasiparlemen dengan akun instansi pemerintah lain yang memiliki tujuan dan metode pengelolaan sejenis.
3. Adanya kebijakan *plotting schedule* yang diputuskan melalui Rapat Dewan Redaksi, yaitu pembagian tugas kepada para ASN yang bertanggung jawab dalam mengisi konten IG @edukasiparlemen. Hal ini berpengaruh pada frekuensi penayangan konten yang dapat direalisasikan oleh penulis.
4. Waktu yang terbatas dalam melakukan eksplorasi gagasan penyusunan konten, sehingga berpengaruh terhadap optimalisasi peningkatan *engagement rate*. Adapun *engagement rate* meningkat dari 0,52% menjadi lebih dari 1%, namun demikian persentase tersebut masih dibawah standard ideal sebesar 2,43%.

Adapun strategi yang dilakukan penulis untuk mengatasi kendala, antara lain :

1. Selain menggali informasi melalui literatur, penulis turut melakukan *brainstorming* dengan rekan kerja terkait pengelolaan sosial media @edukasiparlemen, kondisi eksisting saat ini, strategi yang akan diimplementasikan, kondisi ideal yang diharapkan, serta mengembangkan gagasan untuk mencapai kondisi ideal tersebut.
2. *Benchmarking* lebih banyak dilakukan dengan mengamati akun – akun Instagram milik beberapa *influencer*, kemudian mengadopsi beberapa strategi yang dapat diaplikasikan kedalam pengelolaan sosial media milik instansi pemerintah. Salah satunya melalui penyelenggaraan kuis dan *games*.
3. Meskipun realisasi penayangan konten menjadi terbatas akibat pengaruh dari *plotting schedule*, penulis berupaya untuk tetap berkontribusi memberikan saran, masukan, dan gagasan kepada rekan kerja lain yang bertugas untuk menyiapkan konten pada hari yang ditentukan.
4. Peningkatan *engagement rate* tidak mencapai target yang ditentukan. Namun setelah program aktualisasi ini usai, penulis akan tetap berupaya untuk berkontribusi pada pengelolaan sosial media IG @edukasiparlemen dengan harapan selama beberapa periode mendatang *engagement rate* dapat meningkat sesuai dengan yang diharapkan.

## 5.5 Analisis Dampak

Dampak pelaksanaan aktualisasi ini antara lain :

1. Meningkatnya tingkat *engagement rate* atau keterlibatan khalayak untuk menciptakan komunikasi dua arah yang lebih interaktif, hal ini dilakukan agar setiap pesan yang disampaikan melalui @edukasiparlemen lebih mudah mendapatkan attensi publik sasaran.
2. Setelah berhasil memperoleh attensi publik sasaran, maka peluang untuk menanamkan pengetahuan tentang fungsi keparlemenan kepada generasi muda pelajar menjadi lebih terbuka. Hal ini merupakan langkah visioner untuk membentuk reputasi positif DPR RI di masa mendatang.

3. Selama aktualisasi, penulis dapat mengimplementasikan nilai – nilai ANEKA (Akuntabilitas, Nasionalisme, Etika Publik, Komitmen Mutu, dan Anti Korupsi) ketika berinteraksi dengan pegawai dan pejabat di lingkungan kerja, selain itu nilai – nilai ANEKA juga diterapkan dalam setiap tugas jabatan yang dilakukan penulis.
4. Terealisasinya laporan *monthly and weekly social media monitoring report* yang menjadi *output* akhir pelaksanaan aktualisasi ini, sehingga dapat dilakukan perbandingan *engagement rate* antara sebelum dan sesudah program dijalankan. Adapun dalam laporan tersebut berisi evaluasi mengenai peningkatan jumlah *followers*, *accounts reached* yang meliputi *likes*, *comments*, dan *shares* setelah dilakukannya program, serta *followers breakdown*.

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Selama melaksanakan *on the job training* pada Bagian Humas dan Pengelolaan Museum Setjen DPR RI, penulis menemukan satu isu prioritas yaitu belum optimalnya *engagement rate* pada akun Instagram @edukasiparlemen yang dikelola oleh Bagian Humas dan Pengelolaan Museum. Setelah dilakukan analisis mendalam melalui berbagai data dan referensi ilmiah, *engagement rate* merupakan komponen esensial dalam pengelolaan sosial media. Untuk dapat menyampaikan informasi secara tepat dan optimal, diperlukan adanya interaksi sebagai bentuk komunikasi dua arah antara pengelola akun dengan *followersnya*.

Bagian Humas dan Pengelolaan Museum Setjen DPR RI sebagai *supporting system* kedewanan bertugas untuk melakukan diseminasi dan edukasi publik kepada masyarakat luas, khususnya dalam konteks ini adalah generasi muda pelajar, terkait mekanisme kerja DPR RI. Hal ini perlu dilakukan untuk mencapai pemahaman bersama dan meraih persepsi positif dimata masyarakat. Dengan adanya tingkat keterlibatan khalayak (*engagement rate*) yang tinggi, akan membuat proses diseminasi informasi tersebut menjadi lebih mudah.

Meningkatkan *engagement rate* dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan menciptakan konten yang bersifat edukatif, ringan, menghibur, dan secara eksplisit langsung ditujukan kepada generasi muda pelajar. Penyusunan laporan evaluasi kegiatan pengelolaan sosial media juga penting untuk dilakukan sebagai bentuk pengawasan, pertanggung jawaban, transparansi, dan langkah strategis untuk menentukan proyeksi pengembangan *social media management* kedepannya.

Melalui program aktualisasi ini, penulis telah menyusun dan menayangkan beberapa konten yang berhasil menarik attensi dan interaksi publik. Atensi dan interaksi inilah yang berpengaruh terhadap peningkatan *engagement rate* secara keseluruhan. Selama menjalankan program, *engagement rate* telah mengalami peningkatan berdasarkan data – data terlampir yang telah dihimpun oleh penulis.

Disamping itu, *output* akhir dari program aktualisasi ini adalah Laporan Monitoring Sosial Media yang telah penulis susun secara bulanan dan mingguan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi Bagian Humas dan Pengelolaan Museum.

Dalam pelaksanaan kegiatan aktualisasi ini, penulis telah menerapkan nilai – nilai dasar ASN, yaitu ANEKA. Adapun kegiatan dan *output* dalam program aktualisasi ini dapat berkontribusi bagi visi dan misi organisasi, serta menguatkan nilai – nilai RAPI (Religius, Akuntabel, Profesional, Integritas) sebagai nilai organisasi Setjen DPR RI.

## 6.2 Saran

Setelah melaksanakan seluruh kegiatan yang direncanakan, terdapat beberapa saran mengenai *social media management* pada akun IG @edukasiparlemen, yaitu sebagai berikut :

- a. Perlu dilakukan *monitoring* dan evaluasi secara berkala dalam bentuk laporan *social media monitoring*. Alangkah baiknya jika pada saat Rapat Dewan Redaksi turut membahas isi laporan tersebut sebagai bahan pertimbangan pengelolaan konten pada bulan berikutnya.
- b. Perlu adanya *standard guideline* yang mengatur tentang standarisasi penayangan konten secara jelas. Misalnya, variasi warna dan *design* tampilan konten, pemilihan bahasa dan penyusunan kalimat dalam *caption*, dan *update* ketersediaan *merchandise* atau hadiah lain untuk pemenang kuis.

## DAFTAR PUSTAKA

Undang – Undang No. 5 Tahun 2014 tentang Manajemen Aparatur Sipil Negara

Undang – Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik

Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 6 Tahun 2014 tentang Jabatan Fungsional Pranata Hubungan Masyarakat dan Angka Kreditnya

Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah

Peraturan Lembaga Administrasi Negara No. 1 Tahun 2021 tentang Pelatihan Dasar Calon Pegawai Negeri Sipil

Peraturan Sekretaris Jenderal Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia No. 10 Tahun 2020 tentang Rencana Strategis Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia Tahun 2020 – 2024

# **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, WEBSITE : [www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id)

**LAPORAN AKTUALISASI MINGGU KE-1**

Nama : Andita Ramadhani, S.I.Kom.  
NIP : 198904062020122001  
Unit Kerja : Bagian Hubungan Masyarakat dan Pengelolaan Museum  
Isu : Belum optimalnya *engagement rate* pada akun IG @edukasiparlemen  
Gagasan : Peningkatan *Engagement Rate* pada Akun Instagram @edukasiparlemen

No.	Kegiatan	Evidence
1.	Mengikuti rapat Dewan Redaksi tanggal 30 April 2021 yang membahas tentang konsep konten IG @edukasiparlemen selama bulan Mei 2021	Foto (terlampir)
2.	Menyusun <i>timeline</i> konten IG @edukasiparlemen	Dokumen (terlampir)
3.	Menyusun konsep poster IG Live (6 Mei 2021)	Link berikut : <a href="https://www.instagram.com/p/COhsroQniVA/">https://www.instagram.com/p/COhsroQniVA/</a> Foto (terlampir)
4.	Menjadi <i>host</i> dalam IG Live Hari Museum Internasional tanggal 7 Mei 2021	Link berikut : <a href="https://www.instagram.com/p/COkHUs4n0ey/">https://www.instagram.com/p/COkHUs4n0ey/</a> Foto (terlampir)

Jakarta, 18 Mei 2021

Mengetahui,

Coach

  
Agus Supriyono, S.S, M.A.P.  
NIK. 196902082003121003

Mentor,

  
Minarni, S.H.  
NIK. 196506201993022001



**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, WEBSITE : [www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id)



Jumat, 30 April 2021  
09.00 WIB





**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, WEBSITE : [www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id)





## 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, WEBSITE : [www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id)

Rapat Redaksi						
Timeline Program IG Pukus Parlemen Mei 2021						
Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
					Hari buruh internasional (Dena). Poster : Rio	Hari pendidikan nasional (Indah). Poster : Rio
<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
Hari pers sedunia (Agra). Poster : Rio	Story - This or That (Agra). Poster : Magang	Konten hak angket (Dena). Poster : Magang	Poster IG Live Tanggal 7. Poster : Rio	IG Live Tema : Hari Museum Internasional. Menggunakan 3 IG Live @edukasiparlemen, @museumdpr, dan IG narasumber (Dita)	Hari Palang Merah Internasional (Dita). Poster : Magang	
<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>
Quotes (Grace). Poster : Rio	Story - Protokol Kesehatan Menyambut Lebaran (Indah). Videografi : Magang		Kenalkan Isalimash (Grace). Poster : Magang			
			IG Live (1442 H) (Indah). Poster : Rio			
<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>
Hari buku nasional (Aya). Poster : Marshall	Hari museum internasional (Dena). Poster : Fadhel	Games Nasionalisme (Dita). Poster : Rio	Hari kebangkitan nasional (Indah). Poster : Rio	IG Live Tema : Nasionalisme Petugas Upacara (Agra)		
			Pengumuman pemenang games - gopay/pulsa/voucher (Indah). Poster : Fadhel			
			Poster IG Live by : Marshall			
<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>
Hak menyatakan pendapat (Dena). Poster : Rio	Vlog Taman Rusa (Agra)	Hari raya Waisak (Agra). Poster : Magang	Poster IG Live Tanggal 28. Poster : Rio	IG Live Kunjungan Masyarakat (Host : Aya, Narasumber : Pak Indra)		
<b>31</b>						
Hari tanpa tembakau internasional (Grace). Poster : Magang						
Games (Dita). Poster : Magang						



**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, WEBSITE : [www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id)

**LAPORAN AKTUALISASI MINGGU KE-2**

Nama : Andita Ramadhani, S.I.Kom.  
NIP : 198904062020122001  
Unit Kerja : Bagian Hubungan Masyarakat dan Pengelolaan Museum  
Isu : Belum optimalnya *engagement rate* pada akun IG @edukasiparlemen  
Gagasan : Peningkatan *Engagement Rate* pada Akun Instagram @edukasiparlemen

No.	Kegiatan	Evidence
1.	Menyusun konsep games dalam rangka memperingati Hari Kebangkitan Nasional, tanggal 20 Mei 2021. Diunggah melalui <i>feed</i> @edukasiparlemen pada tanggal 19 Mei 2021	<a href="https://www.instagram.com/p/CPDPLLdnbl5/">https://www.instagram.com/p/CPDPLLdnbl5/</a>
2.	Menyusun konsep konten pengumuman pemenang games Hari Kebangkitan Nasional, serta berkoordinasi dengan Kasubbag Promosi, Diseminasi, dan Edukasi Publik terkait teknis pemberian hadiah bagi pemenang games	Video ditayangkan melalui <i>snapgram</i> pada tanggal 20 Mei 2021 (terlampir)
3.	Melakukan pemantauan <i>Instagram growth</i> pada minggu ke-1 aktualisasi. Data yang dihimpun terdiri dari daftar <i>top post</i> , <i>feed insight</i> IG Live "Hari Museum Internasional", <i>insight</i> kuis Hari Kebangkitan Nasional, serta <i>accounts reached</i> yang berisi impresi dan jumlah visitor @edukasiparlemen.	Data terlampir

Jakarta, 25 Mei 2021

Mengetahui,

Coach  
  
**Agus Supriyono, S.S, M.A.P.**  
NIK. 196902082003121003

Mentor,  
  
**Minarni, S.H.**  
NIK. 196506201993022001

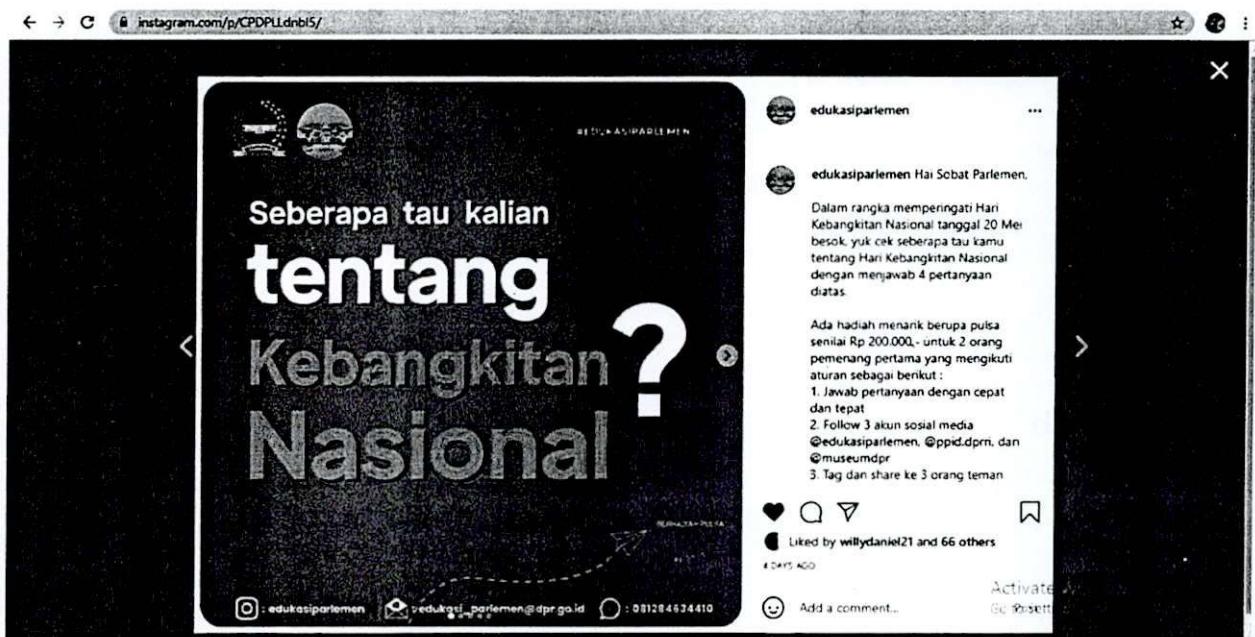


SEKRETARIAT JENDERAL  
DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

JLN. JENDERAL GATOT SUBROTO JAKARTA KODE POS 10270  
TELP. (021) 5715 349 FAX. (021) 5715 423 / 5715 925, WEBSITE : [www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id)

Lampiran  
Laporan Aktualisasi Minggu Ke-2

1. Tangkapan Layar Kuis Hari Kebangkitan Nasional yang Diunggah Melalui Feed  
@edukasiparlemen tanggal 19 Mei 2021

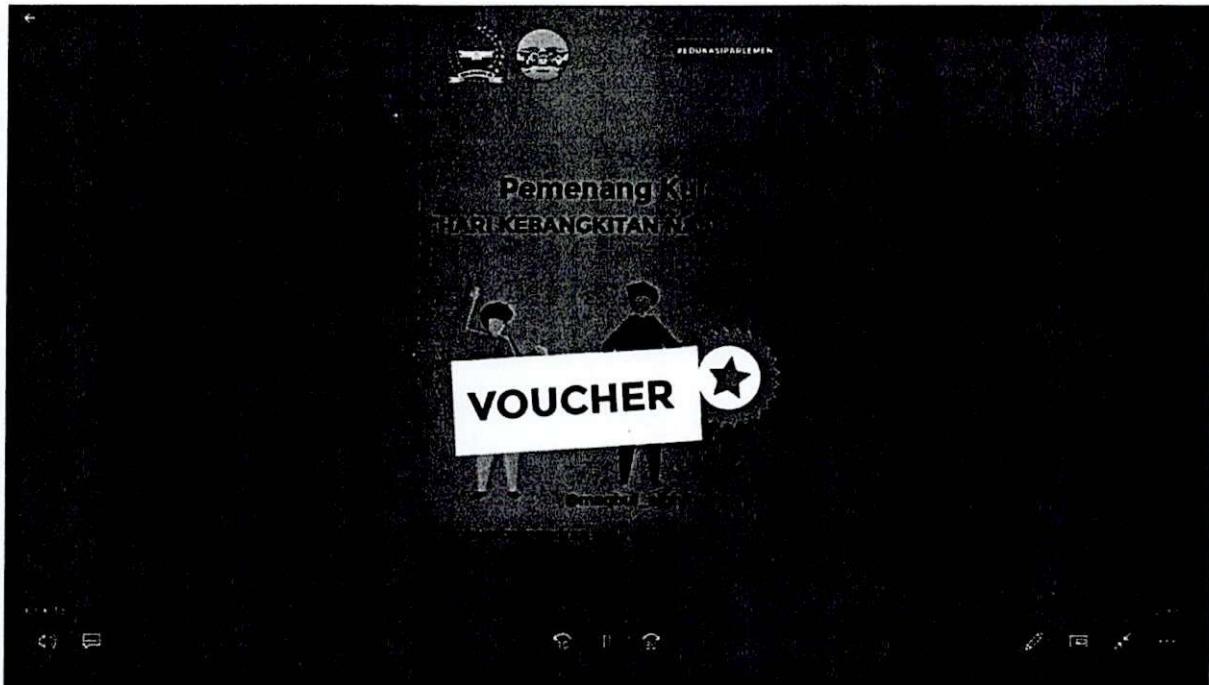




**SEKRETARIAT JENDERAL  
DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA**

JLN. JENDERAL GATOT SUBROTO JAKARTA KODE POS 10270  
TELP. (021) 5715 349 FAX. (021) 5715 423 / 5715 925, WEBSITE : [www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id)

**2. Video Pengumuman Pemenang Kuis Hari Kebangkitan Nasional**

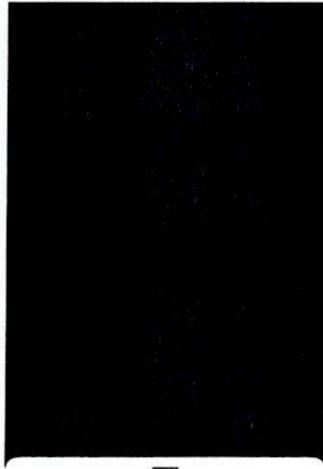




SEKRETARIAT JENDERAL  
DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

JLN. JENDERAL GATOT SUBROTO JAKARTA KODE POS 10270  
TELP. (021) 5715 349 FAX. (021) 5715 423 / 5715 925, WEBSITE : [www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id)

- 
3. Data *Instagram Growth* dalam kurun waktu 7 hari terakhir
    - a. Insights IG Live “Merayakan Hari Museum Internasional Bersama Museum DPR RI”

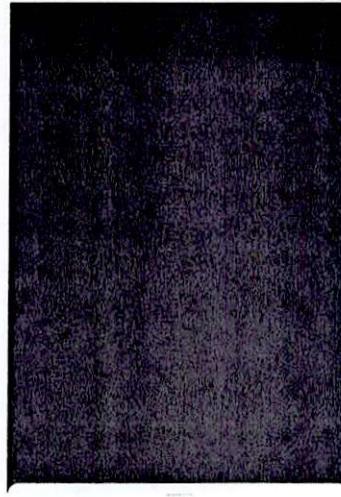


Post Insights

Messaging-related insights, such as shares and replies, may be lower than expected due to privacy rules in some regions. [Learn More](#)

70 1 14 2

- b. Post Insights Kuis Hari Kebangkitan Nasional tanggal 19 Mei 2021



Post Insights

Messaging-related insights, such as shares and replies, may be lower than expected due to privacy rules in some regions. [Learn More](#)

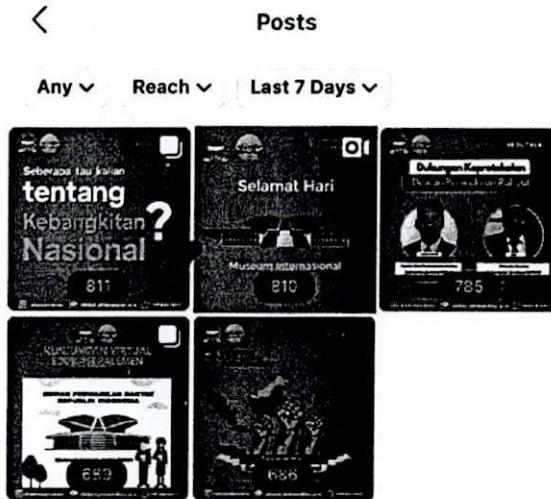
67 5 4 3



## 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, WEBSITE : [www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id)

### c. Top Post 7 hari terakhir



### d. Accounts reached selama 7 hari terakhir

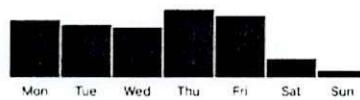
Reach

Last 7 Days ▾

#### Accounts Reached

2,222 accounts

-17.9% vs May 9 - May 15



Accounts reached from May 16 - May 22

Impressions 10,973

-32.5% vs May 9 - May 15

Account Activity 592

Profile Visits 567

+101% vs May 9 - May 15

Website Taps 25

+257% vs May 9 - May 15

Email Button Taps 0

0% vs May 9 - May 15

Call Button Taps 0

0% vs May 9 - May 15



**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, WEBSITE : [www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id)

**LAPORAN AKTUALISASI MINGGU KE-3**

Nama : Andita Ramadhani, S.I.Kom.  
NIP : 198904062020122001  
Unit Kerja : Bagian Hubungan Masyarakat dan Pengelolaan Museum  
Isu : Belum optimalnya *engagement rate* pada akun IG @edukasiparlemen  
Gagasan : Peningkatan *Engagement Rate* pada Akun Instagram @edukasiparlemen

No.	Kegiatan	Evidence
1.	Menyusun konsep kuis dalam rangka memperingati Hari Tanpa Tembakau Sedunia, ditayangkan pada snapgram @edukasiparlemen tanggal 31 Mei 2021. Berhasil memperoleh impresi sebanyak 250 reached.	terlampir
2.	Menyusun <i>social media monitoring report</i> periode bulan Mei 2021 dan minggu pertama Juni 2021 (1 s/d 5 Juni 2021)	terlampir

Jakarta, 9 Juni 2021

Mengetahui,

Coach

Mentor,

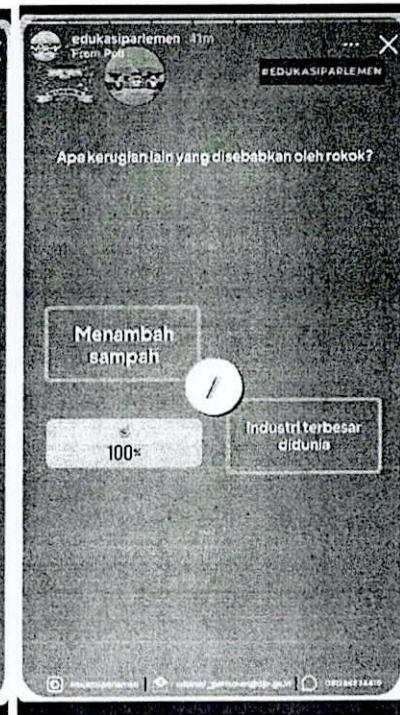
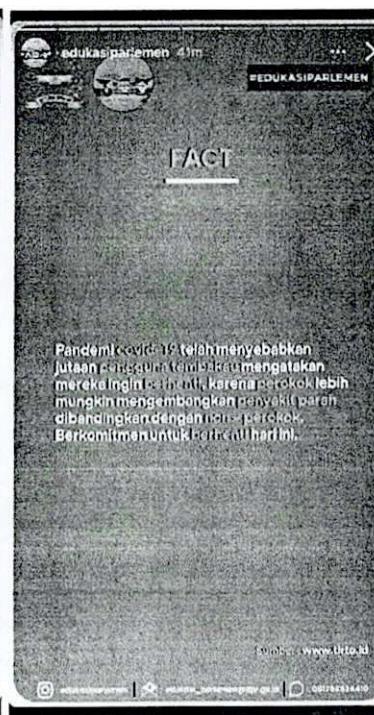
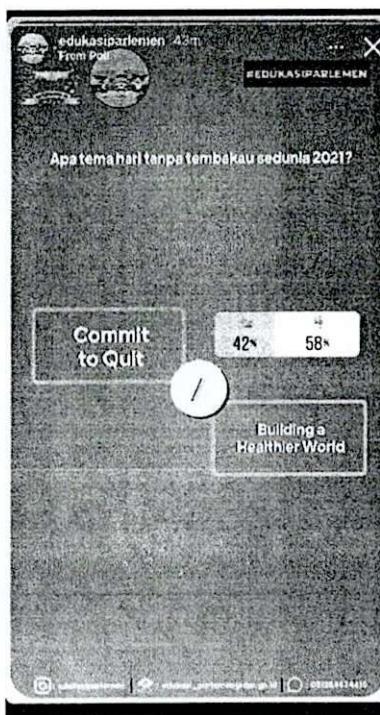
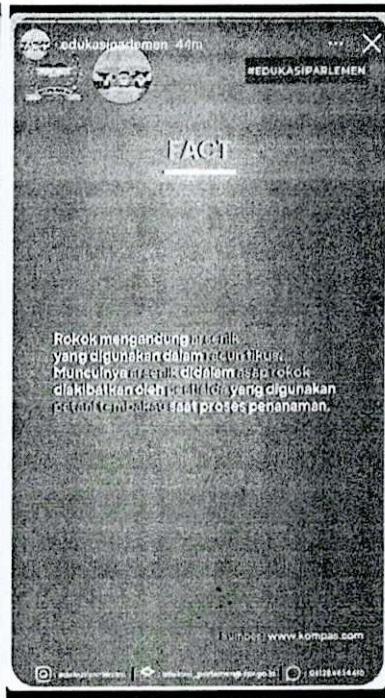
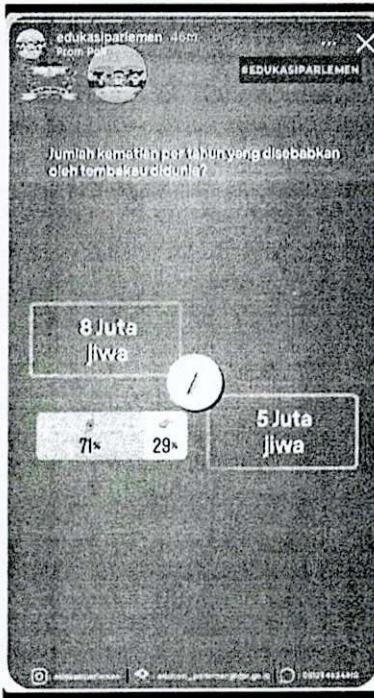
Agus Supriyono, S.S, M.A.P.  
NIK. 196902082003121003

Minarni, S.H.  
NIK. 196506201993022001



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, WEBSITE : [www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id)





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, WEBSITE : [www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id)



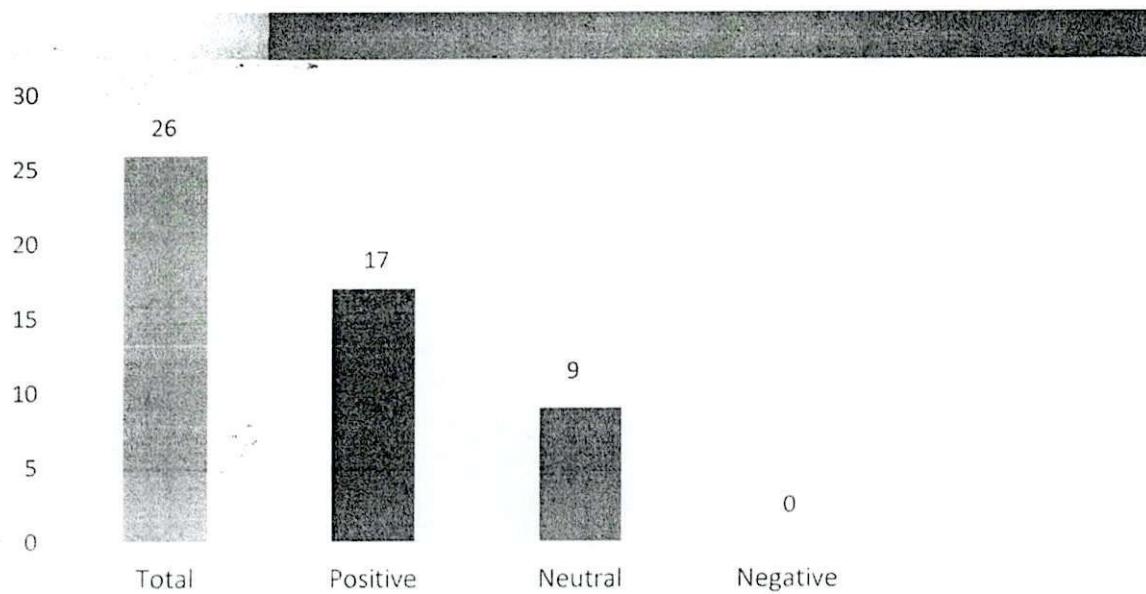
#EDUKASIPARLEMEN



# MONTHLY SOCIAL MEDIA MONITORING REPORT

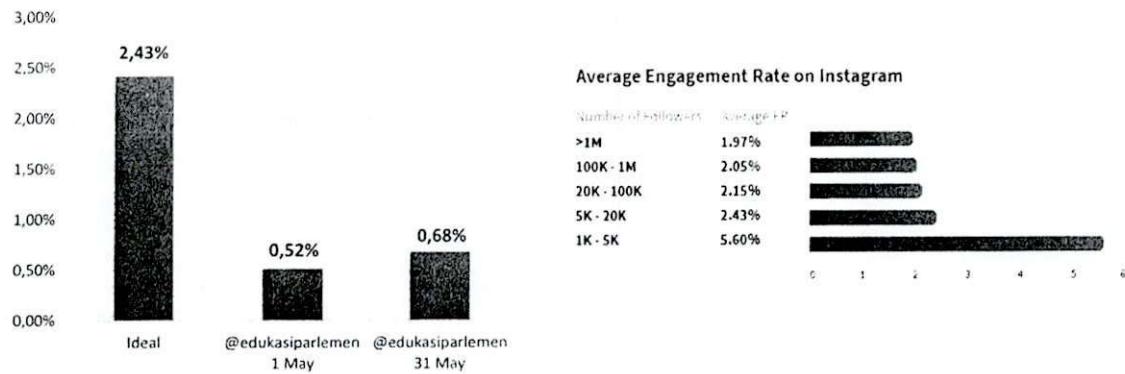
Period : May 1 – 31, 2021

## Tonality, 1 – 31 May 2021



## Account Overview Based on Reach

### Engagement Rate

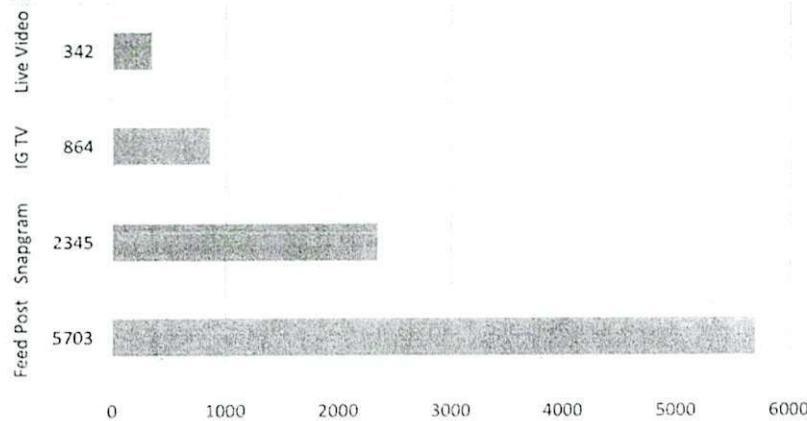


\*Source : Hootsuite social media analytic tool

\*\*Period : 1 – 31 May

## Account Overview Based on Reach

### Content Type



\*Based on reach

## Account Overview Based on Reach

### Top Feed Post



### Top Snapgram

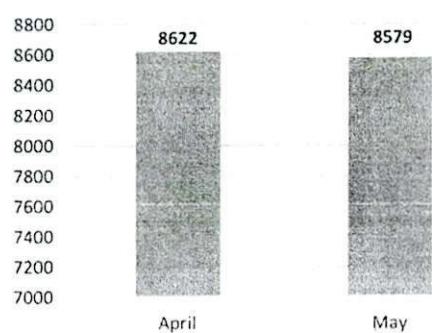


### Top IG TV

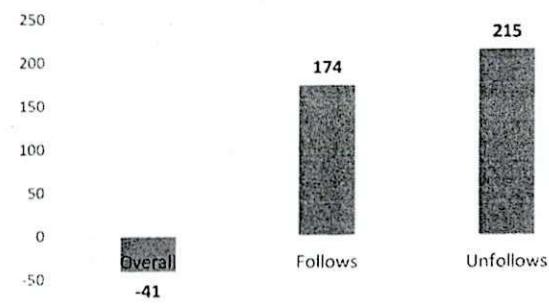


## Followers Growth Index

### Followers Growth

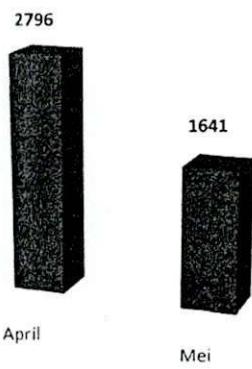


### Followers Breakdown May – June 2021

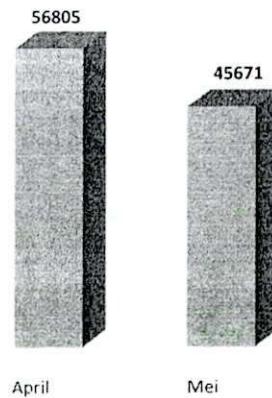


## Account's Exposure

Profile Visit



Profile Impression



## Conclusion

- Pada periode 1 s/d 31 Mei 2021, total interaksi pada IG @edukasiparlemen berjumlah 26 komentar. 17 diantaranya bernada positif, sedangkan 9 komentar bernada netral. Tidak ada komentar negatif pada periode ini.
- Tingkat keterlibatan khalayak (*engagement rate*) mengalami peningkatan dari 0,52% pada awal Mei menjadi 0,68% pada akhir Mei. Peningkatan *engagement rate* ini dipengaruhi oleh pembagian *timeline* IG yang sudah mulai berjalan dengan sistematis, serta penyusunan *caroussel design* dengan tampilan yang lebih menarik. Adapun *timeline* IG dan pembaharuan *design* mulai dibentuk melalui Rapat Tim Dewan Redaksi sejak bulan April 2021. Akan tetapi, meskipun mengalami peningkatan, angka ini masih cukup jauh dari standard ideal yang ditetapkan oleh Hootsuite Social Media Analytical Tools sebesar 2,43% untuk akun dengan rentang jumlah *followers* 5.000 s/d 20.000 akun.

## Conclusion

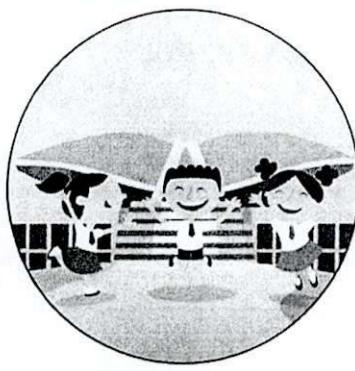


- Konten yang paling banyak mendapatkan attensi *followers* adalah jenis konten poster (*feed post*), kemudian diikuti oleh *snapgram*, dan IG Live Tematik. Sedangkan Live Video berupa Vlog "Taman Rusa" baru dilakukan 1 kali selama bulan Mei, dan langsung memperoleh jumlah *views* yang tinggi (935 *viewers*). Sehingga dapat disimpulkan, konten berupa vlog yang ringan, menghibur, namun tetap mengedukasi, berhasil menarik attensi *followers* dengan lebih cepat dan mudah.
- Terjadi penurunan pada pertumbuhan jumlah *followers* sebesar 0,5%, dari 8.622 akun menjadi 8.579 akun. Sementara untuk *followers breakdown* pada periode Mei 2021, jumlah akun yang berhenti mengikuti (*unfollow*) lebih banyak dibandingkan dengan jumlah akun yang mulai mengikuti (*follow*), sehingga hal inilah yang menyebabkan penurunan pada *followers growth*.

## Conclusion



- Adanya penurunan frekuensi terhadap akun yang mengunjungi IG @edukasiparlemen dengan angka penurunan yang cukup signifikan, yakni sebesar 41,30% dibandingkan data pada periode sebelumnya. Sedangkan impresi atau frekuensi munculnya konten yang diunggah oleh @edukasiparlemen pada laman beranda *followers*, turut mengalami penurunan sebesar 19,60%. Belum dilakukan analisa lebih lanjut terkait penurunan frekuensi *profile visit* dan impresi @edukasiparlemen pada bulan Mei 2021.



Thankyou

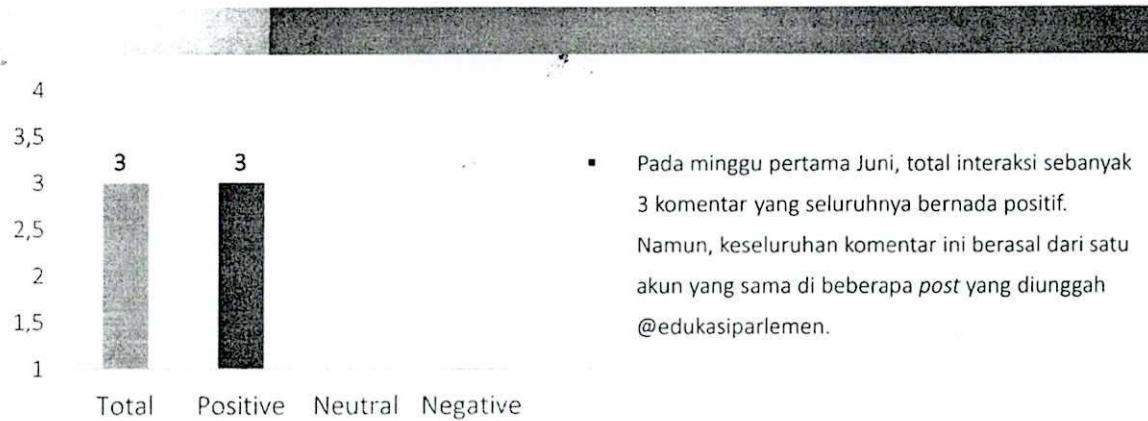
#EDUKASIPARLEMEN



# WEEKLY SOCIAL MEDIA MONITORING REPORT

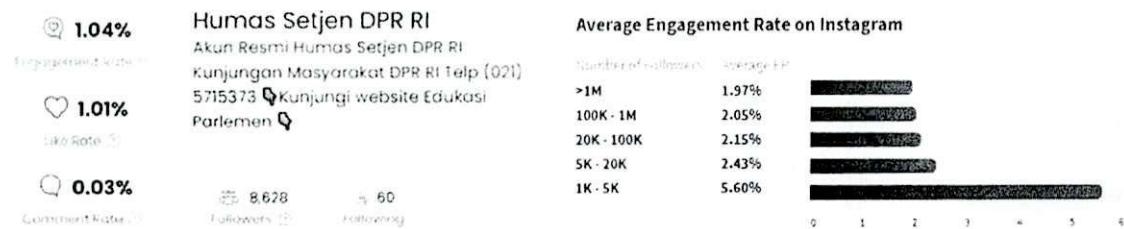
Period : June 1 – 5, 2021

## Tonality, 1 – 5 June 2021



# Account Overview Based on Reach

## Engagement Rate



Pada akhir minggu pertama Juni 2021, tercatat *engagement rate* mengalami kenaikan yang cukup baik, yaitu sebesar 1,04% jika dibandingkan dengan data *engagement rate* per 31 Mei 2021 yaitu sebesar 0,68%. Akan tetapi, angka ini masih dibawa standar ideal *engagement rate* versi Hootsuite, yaitu 2,43% untuk akun dengan jumlah *followers* antara 5.000 s/d 20.000 akun.

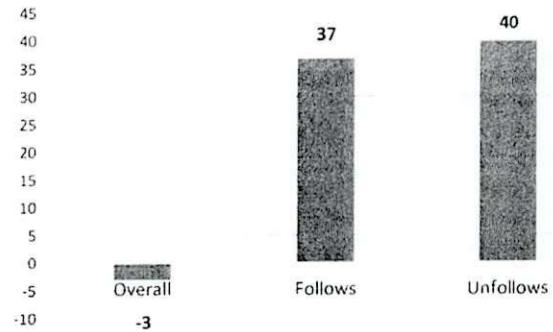
# Account Overview Based on Reach



Terdapat 4 konten yang diunggah melalui laman @edukasiparlemen. Konten tersebut terdiri dari IG *feed*, poster IG Live, IG Live Tematik, dan poster Hari Besar Nasional. Adapun interaksi tertinggi terdapat pada konten poster pengumuman IG Live yang ditayangkan pada tanggal 3 Juni 2021.

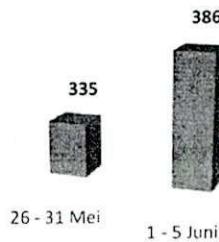
## Followers Growth Index

Jumlah *followers* per tanggal 5 Juni 2021 tercatat sebanyak 8.583 *followers*, dengan jumlah akun yang berhenti mengikuti (*unfollow*) sebanyak 40 akun, dan jumlah akun yang mulai mengikuti sebanyak 37 akun. Sehingga, dapat disimpulkan *followers growth index* pada akhir minggu pertama Juni 2021 tercatat negatif, atau tidak terdapat kenaikan.

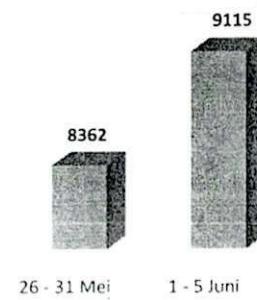


## Account's Exposure

### Profile Visit



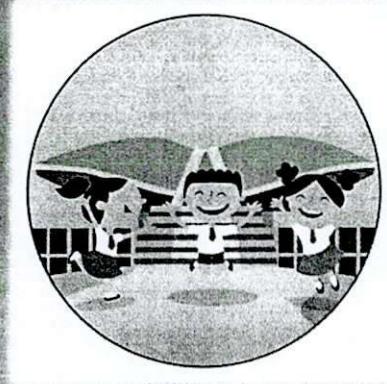
### Profile Impression



Terdapat pertumbuhan yang positif dari sisi *profile visit* dan *impression*. *Profile visit* adalah jumlah kunjungan publik ke akun @edukasiparlemen, sedangkan *impression* menunjukkan frekuensi konten @edukasiparlemen muncul di laman beranda *followers* dan *non-followers*. Adapun pertumbuhan *profile visit* mengalami kenaikan sebesar 15,20% dari minggu terakhir Mei 2021, sementara impresi naik sebesar 9% dari periode yang sama.

# Conclusion

Jika dilakukan komparasi data antara minggu akhir Mei 2021 (W4) dengan minggu awal Juni 2021 (W1), dapat disimpulkan bahwa attensi publik terhadap IG @edukasiparlemen mengalami pertumbuhan yang positif. Namun, interaksi dua arah antara publik dengan @edukasiparlemen masih cenderung stagnan. Oleh karenanya, diperlukan penayangan konten yang bertujuan untuk men-generate komunikasi dua arah dengan publik.



Thankyou



**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, WEBSITE : [www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id)

**LAPORAN AKTUALISASI MINGGU KE-4**

Nama : Andita Ramadhani, S.I.Kom.  
NIP : 198904062020122001  
Unit Kerja : Bagian Hubungan Masyarakat dan Pengelolaan Museum  
Isu : Belum optimalnya *engagement rate* pada akun IG @edukasiparlemen  
Gagasan : Peningkatan *Engagement Rate* pada Akun Instagram @edukasiparlemen

No.	Kegiatan	Evidence
1.	Mengolah dan menganalisis data pertumbuhan @edukasiparlemen	terlampir
2.	Menyusun <i>social media monitoring report</i> periode minggu ke-2 Juni (7 s/d 12 Juni 2021)	terlampir

Jakarta, 17 Juni 2021

Mengetahui,

Coach

Mentor,

Agus Supriyono, S.S, M.A.P.  
NIK. 196902082003121003

Minarni, S.H.  
NIK. 196506201993022001

#EDUKASIPARLEMEN



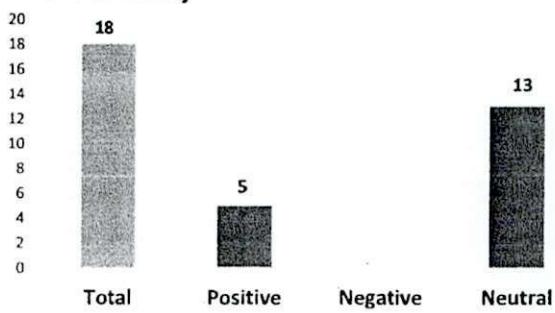
# WEEKLY SOCIAL MEDIA MONITORING REPORT

Period : Week 2 Report

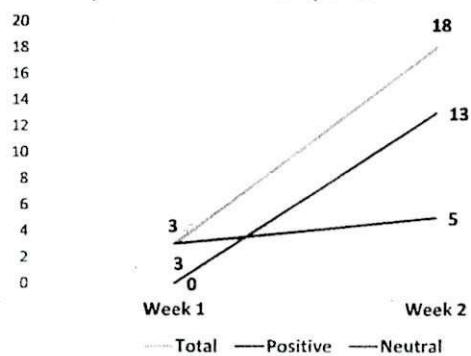
June 7 – 12, 2021

## Tonality, 7 – 12 June 2021

W2 Tonality

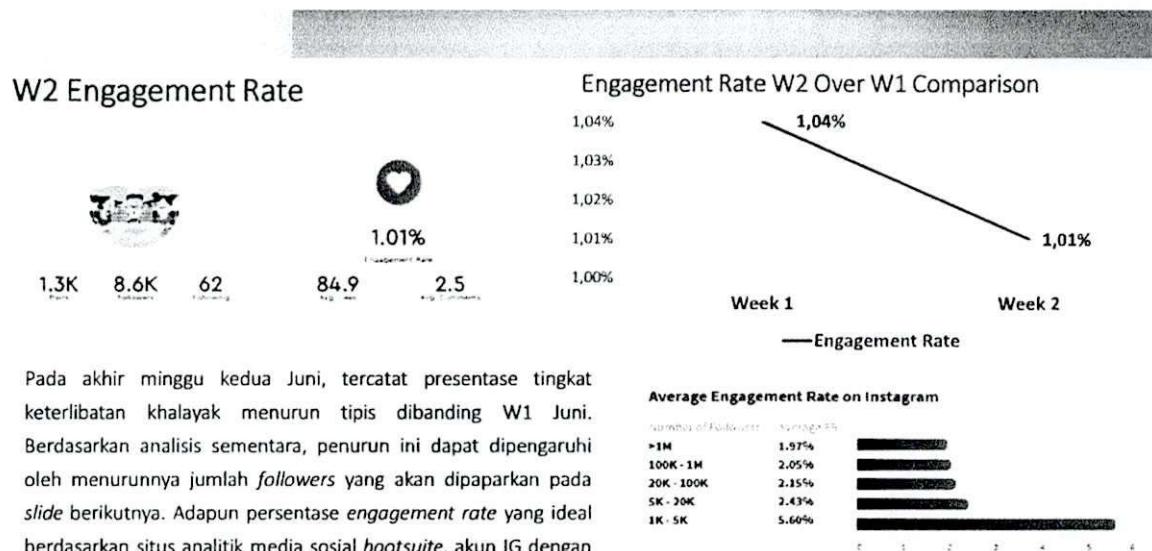


Tonality W2 Over W1 Comparison



- Pada minggu kedua Juni, total interaksi sebanyak 18 komentar yang terdiri dari 5 komentar bernada positif dan 13 lainnya bernada netral. Komentar netral dapat berbentuk pertanyaan, *emoticon*, dan pernyataan lainnya yang tidak termasuk bernada positif maupun negatif. Adapun jumlah interaksi pada minggu kedua Juni (W2) mengalami peningkatan signifikan apabila dibandingkan dengan data interaksi di minggu pertama (W1) Juni. Interaksi tertinggi terdapat pada post Pengumuman Penerimaan Mahasiswa Magang.

## Account Overview Based on Reach

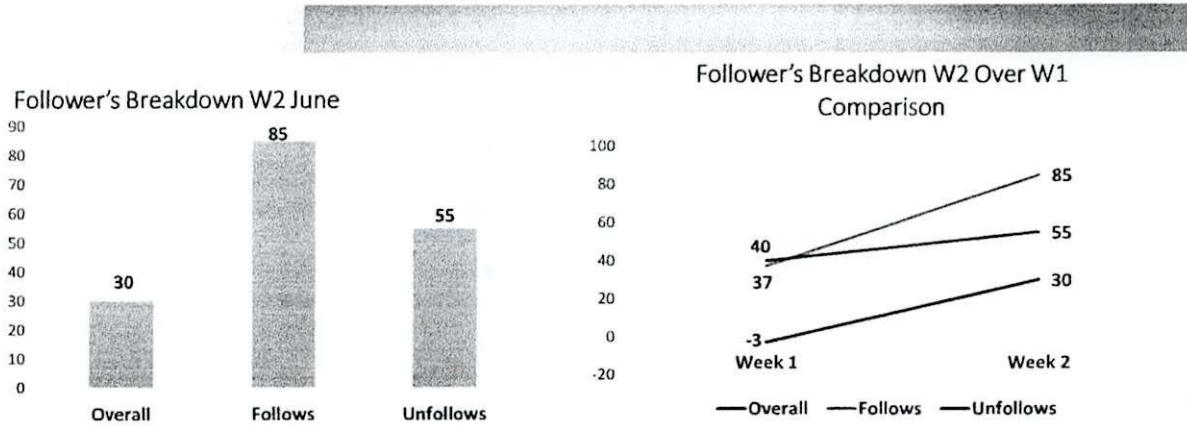


Pada akhir minggu kedua Juni, tercatat presentase tingkat keterlibatan khalayak menurun tipis dibanding W1 Juni. Berdasarkan analisis sementara, penurun ini dapat dipengaruhi oleh menurunnya jumlah *followers* yang akan dipaparkan pada slide berikutnya. Adapun persentase *engagement rate* yang ideal berdasarkan situs analitik media sosial *hootsuite*, akun IG dengan rentang jumlah *followers* 5.000 s/d 20.000 akun adalah 2,43%.

## Account Overview Based on Reach



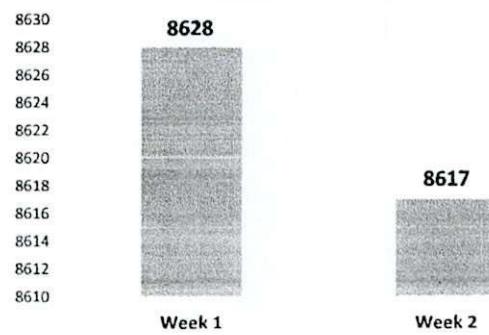
## Followers Growth Index



Kenaikan total jumlah *followers* pada W2 Juni mencatatkan hasil yang positif jika dibandingkan dengan data W1 Juni. Namun, kenaikan ini turut berbanding lurus dengan jumlah akun yang mengikuti dan akun yang berhenti mengikuti @edukasiparlemen. Adapun jumlah akun yang mengikuti naik sebesar 112,5%, sedangkan akun yang berhenti mengikuti turut naik sebesar 48,6%. Selisih tersebut cukup signifikan, sehingga keseluruhan jumlah *followers* turut mengalami peningkatan dibanding W1 Juni.

## Followers Growth Index

### Total Followers Growth

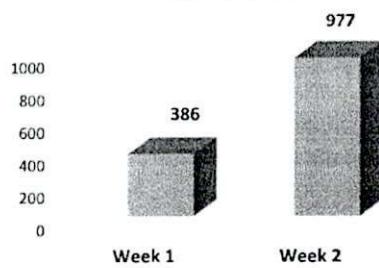


Terdapat penurunan 11 *followers* pada W2 Juni. Penurunan ini diakibatkan oleh adanya kenaikan jumlah akun yang berhenti mengikuti (*unfollow*) sebagaimana yang dipaparkan pada slide sebelumnya.

## Account's Exposure

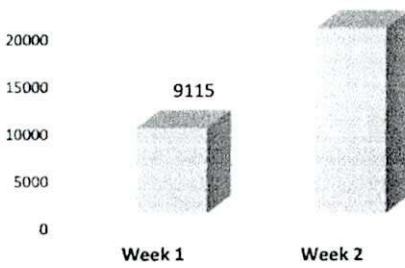
### Profile Visit

W2 Over W1



### Profile Impression

19656



Adanya kenaikan signifikan pada jumlah kunjungan publik ke @edukasiparlemen (*profile visit*) dan impresi akun yang muncul pada beranda *followers*. Adapun *profile visit* mengalami kenaikan sebesar lebih dari 153%, sedangkan impresi turut naik signifikan sebesar 115,6%. Kenaikan ini dipengaruhi oleh unggahan konten Pengumuman Penerimaan Mahasiswa Magang yang mendapatkan interaksi terbanyak pada W2 Juni, serta IG TV Seminar Bakohumas sebagai konten yang paling banyak dibagikan ke akun lain.

## Conclusion

Dilihat dari statistik pertumbuhan @edukasiparlemen, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat kenaikan signifikan pada *follower's breakdown* yang meliputi jumlah akun yang mulai mengikuti, jumlah akun yang berhenti mengikuti, dan jumlah keseluruhan pertumbuhan akun. Signifikansi tersebut juga terdapat pada pertumbuhan *profile visit* dan impresi @edukasiparlemen. Fluktuasi data tersebut turut mempengaruhi *engagement rate* pada W2 Juni yang mengalami sedikit penurunan dibanding W1 Juni.
2. Interaksi yang bernada positif meningkat tipis, namun masih berasal dari 1 akun yang sama. Dapat disampaikan bahwa *coverage* interaksi masih terbatas, artinya tidak ada akun – akun lain yang memberikan *feedback* positif selain 1 akun tersebut.
3. Sebagaimana halnya dengan temuan data pada *Weekly Report* W1 Juni lalu, konten yang ditujukan secara eksplisit kepada generasi muda pelajar berpengaruh signifikan terhadap interaksi, *engagement rate*, dan *followers growth* secara keseluruhan. Hal ini mengingat sebesar 42,4% *followers* @edukasiparlemen berusia antara 18 – 24 tahun.



Thankyou



# P.E.R.M.A.N.E.N

## PENINGKATAN ENGAGEMENT RATE PADA AKUN INSTAGRAM @edukasiparlemen

Andita Ramadhani, S.I.Kom.  
CPNS – Pranata Humas Pertama



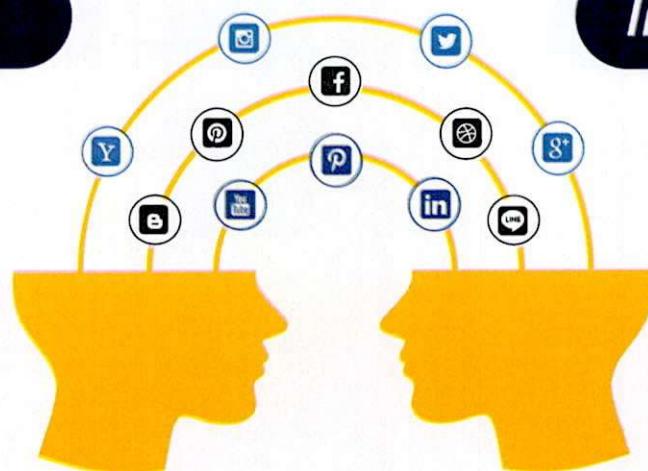
## OUTCOME

### Image

Menanamkan bibit pemahaman tentang fungsi keparlemenan kepada generasi muda pelajar, yang bermuara pada citra positif DPR RI kedepannya

### Interaction

Meningkatkan interaksi yang diukur melalui *accounts reached* (*likes*, *comments*, *share*, dan *saved*) pada setiap konten yang diunggah



# TAHAPAN KEGIATAN



Identifikasi, Pengumpulan Data, dan Analisis  
Awal Kondisi Eksisting @edukasiparlemen



Mempelajari Literatur dan Kebijakan  
Pemerintah

PermenPANRB No. 83 Tahun 2012 tentang Pedoman  
Pemanfaatan Media Sosial di Instansi Pemerintah



Menyusun Jadwal Penayangan Konten



Menyusun Konsep dan Eksekusi Penayangan Konten



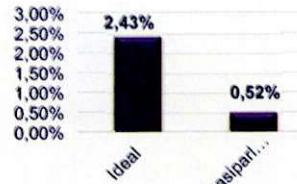
Evaluasi Penayangan Konten dan Dampaknya Terhadap  
Peningkatan Engagement Rate IG @edukasiparlemen

## - I. Identifikasi Masalah dan Analisis Data -



### Belum Optimalnya Tingkat Keterlibatan Khalayak\*\*

Total followers 8.640 dengan nilai engagement rate 0,52%. Adapun engagement rate ideal untuk akun dengan jumlah followers 5.000 s/d 20.000 adalah sebesar 2,43%.



### Follower's Breakdown

Perbandingan jumlah akun yang berhenti mengikuti (unfollow) lebih banyak dari jumlah akun yang mengikuti. Sehingga persentase kenaikan followers hanya 2,30%.



### Rentang Usia

Mayoritas usia 18 s/d 24 tahun sebanyak 44%, diikuti dengan rentang usia 25 s/d 34 tahun sebesar 26%. Hal ini sudah sesuai karena @edukasiparlemen menargetkan generasi muda pelajar.

### Nilai Dasar ASN

#### Akuntabilitas

Kegiatan menghimpun data merupakan upaya untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat

#### Komitmen Mutu

Hasil analisis data diperlukan untuk menentukan arah strategi kedepan yang berpengaruh pada penayangan konten yang kreatif, inovatif, dan bermutu kepada masyarakat

\* Data Instagram insights Maret – April 2021

\*\* Data Hootsuite Analytical Tools

## - II. Mempelajari Literatur dan Kebijakan Pemerintah -

### PermenPANRB No.83 Tahun 2012



Pemanfaatan media sosial sejalan dengan ketentuan Reformasi Birokrasi, antara lain pemanfaatan e-government, manajemen perubahan, dan penataan tata laksana (*business process*)

Asas media sosial pemerintah :

1. Faktual
2. Aksesibel
3. *Engagement* (keterlibatan) → interaktif, harmonis, etis, kesetaraan, profesional, dan akuntabel



### Jurnal Ilmiah

1. Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah (UIN Sunan Gunung Djati)
2. Kompetensi Humas Pemerintah Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0 (Kemenkominfo)
3. The Real GPR 2020 (IPRAHUMAS)



## Nilai Dasar ASN

### Nasionalisme

Mengembangkan diri dengan menambah wawasan yang menjadi dasar dalam menyampaikan gagasan. Peraturan pemerintah digunakan sebagai landasan hukum yang berlaku dalam melaksanakan program aktualisasi.



### Komitmen Mutu

Diperlukan berbagai referensi dalam mengembangkan strategi pengelolaan sosial media agar dapat mencapai tujuan dengan tepat.

## - III. Menyusun Jadwal Penayangan Konten -

## Nilai Dasar ASN



### Rapat Dewan Redaksi

Seluruh jadwal penayangan konten (*timeline*) pada bulan berikutnya, diputuskan melalui Rapat Dewan Redaksi Bagian Humas dan Pengelolaan Museum yang diselenggarakan setiap akhir bulan.



### Etika Publik

Diperlukan adanya diskusi, koordinasi, dan kerjasama untuk mengintegrasikan berbagai gagasan yang muncul. Sehingga, harus mengedepankan komunikasi, konsultasi, dan kerjasama.



### Akuntabilitas

Berupaya bersikap konsisten dan disiplin dengan mematuhi jadwal penayangan yang telah ditetapkan oleh forum.

Timeline berisi *plotting schedule* atau ASN yang bertugas untuk mengisi konten pada hari itu.

Dasar pertimbangan menyusun *Timeline* :

1. Hari Besar Nasional (HBN)
2. Penyelenggaraan event
3. Gagasan – gagasan lain dari masing – masing ASN yang bertugas

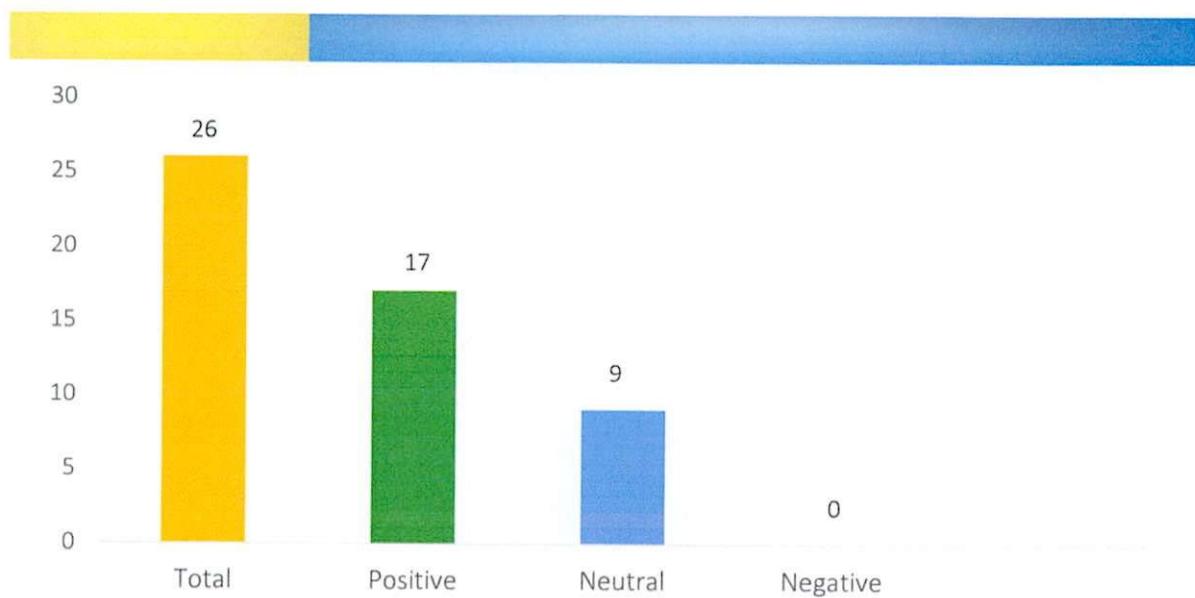
#EDUKASIPARLEMEN



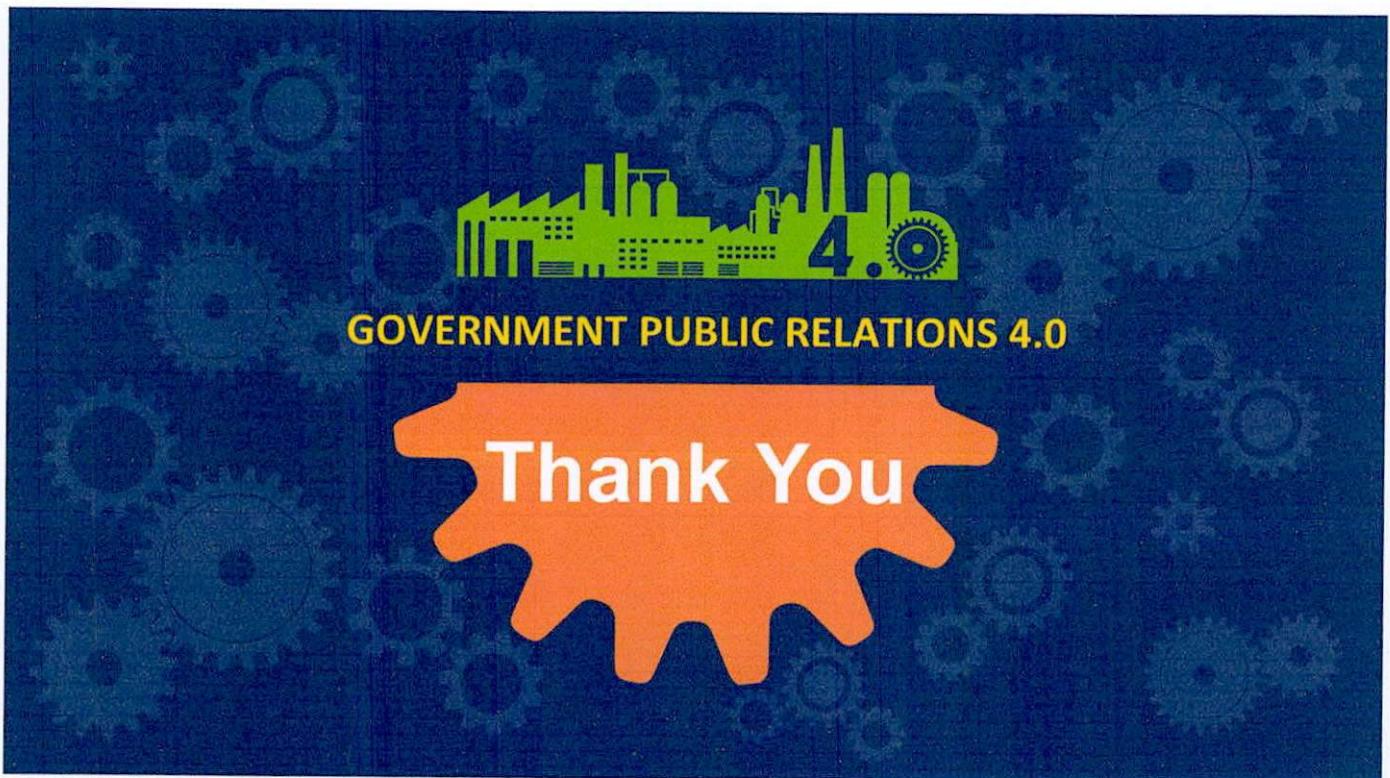
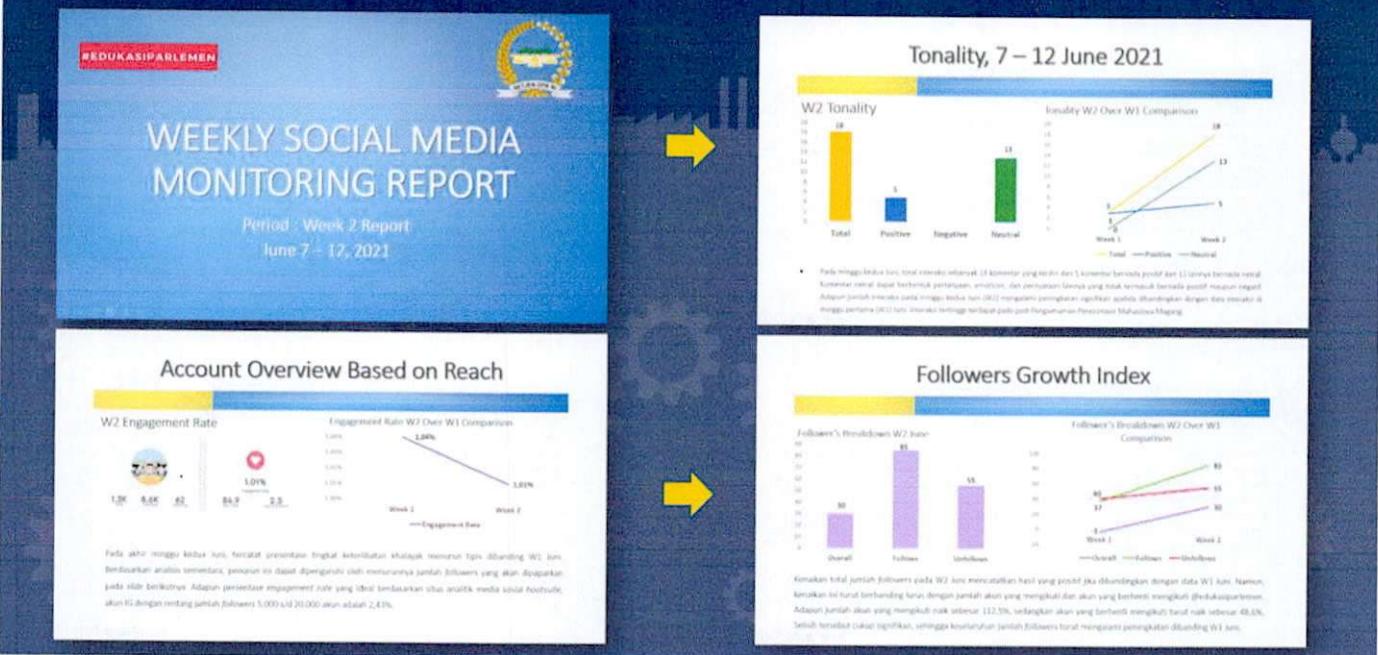
# MONTHLY SOCIAL MEDIA MONITORING REPORT

Period : May 1 – 31, 2021

## Tonality, 1 – 31 May 2021



## KONTRIBUSI – LAPORAN EVALUASI MINGGUAN (MINGGU KE – II, JUNI 2021)



## KONTRIBUSI – LAPORAN EVALUASI BULANAN (MEI 2021)



## KONTRIBUSI – LAPORAN EVALUASI MINGGUAN ( MINGGU KE – I, JUNI 2021)



## - IV. Menyusun Konsep dan Eksekusi Penayangan Konten -

### Nilai Dasar ASN

#### Menyusun Konsep



Melakukan *brainstorming* dengan rekan sesama Pranata Humas untuk menyempurnakan gagasan, serta berkoordinasi dengan tim *design* untuk menyusun materi tayang.

#### Eksekusi



Berkesempatan untuk mengisi konten IG Live : Promosi Seminar Daring Museum Setjen DPR RI dalam rangka menyambut Hari Museum Internasional, Hari Palang Merah Internasional, Kuis Nasionalisme dalam menyambut Hari Kebangkitan Nasional, dan Kuis Hari Tanpa Tembakau Internasional

Eksekusi konten didasarkan pada *plotting schedule* yang terdapat dalam *timeline*.



#### Etika Publik



Nilai etika publik diterapkan ketika koordinasi dan diskusi untuk dapat mencapai tujuan bersama.

#### Komitmen Mutu



Sebelum konten dipublikasikan, dilakukan percobaan penayangan lebih dulu melalui akun *dummy* guna menghindari kekurangan atau kesalahan.

#### Nasionalisme



Kuis yang ditayangkan memuat nilai-nilai dasar bela negara untuk membangkitkan nasionalisme pada generasi muda pelajar.

## - V. Evaluasi Penayangan Konten dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Engagement Rate -

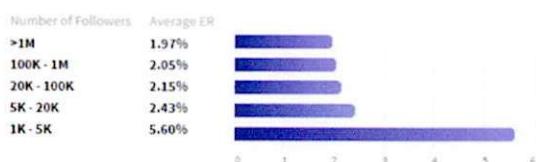
### W1 June Engagement Rate



### Engagement Rate W1 May Over W1 June Comparison



### Average Engagement Rate on Instagram



### Nilai Dasar ASN



#### Akuntabilitas

Pertanggung jawaban terhadap program kerja yang disusun



#### Komitmen Mutu

Laporan evaluasi sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan strategi dan langkah perbaikan

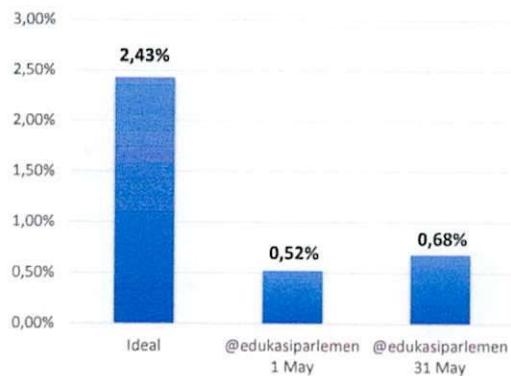


#### Anti Korupsi

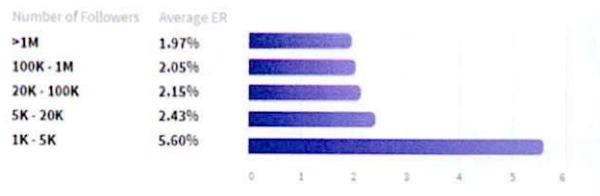
Bentuk tanggung jawab, transparansi, disiplin, jujur, dan kerja keras dalam bekerja

## Account Overview Based on Reach

### Engagement Rate



### Average Engagement Rate on Instagram

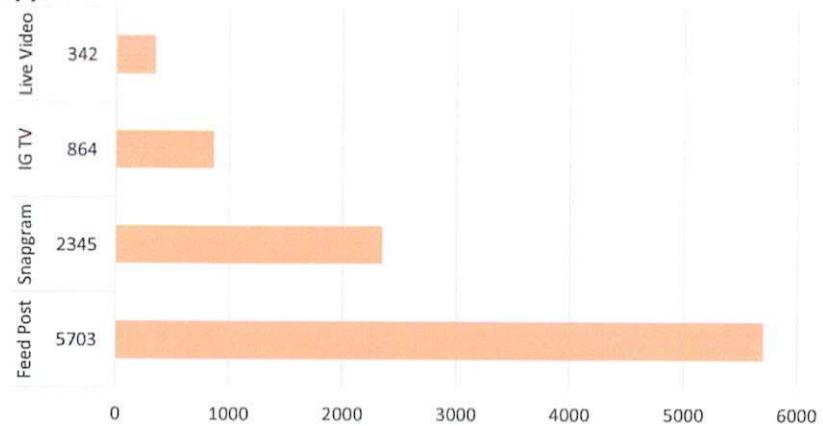


\*Source : Hootsuite social media analytic tool

\*\*Period : 1 – 31 May

## Account Overview Based on Reach

### Content Type



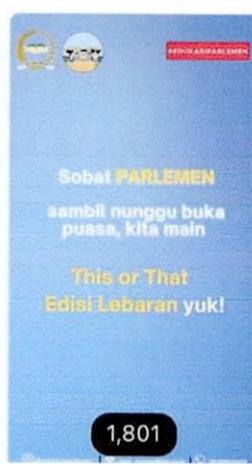
\*Based on reach

## Account Overview Based on Reach

### Top Feed Post



### Top Snapgram



### Top IG TV

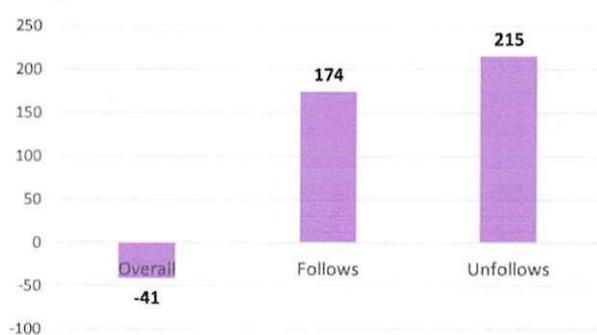


## Followers Growth Index

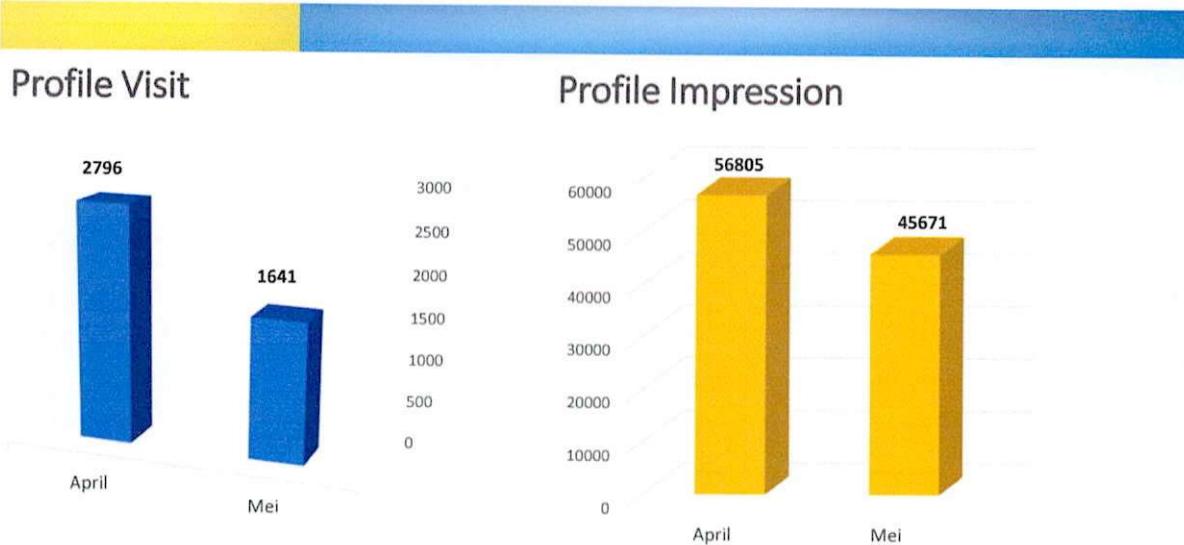
### Followers Growth



### Followers Breakdown May – June 2021



## Account's Exposure



## Conclusion

- Pada periode 1 s/d 31 Mei 2021, total interaksi pada IG @edukasiparlemen berjumlah 26 komentar. 17 diantaranya bernada positif, sedangkan 9 komentar bernada netral. Tidak ada komentar negatif pada periode ini.
- Tingkat keterlibatan khalayak (*engagement rate*) mengalami peningkatan dari 0,52% pada awal Mei menjadi 0,68% pada akhir Mei. Peningkatan *engagement rate* ini dipengaruhi oleh pembagian *timeline* IG yang sudah mulai berjalan dengan sistematis, serta penyusunan *caroussel design* dengan tampilan yang lebih menarik. Adapun *timeline* IG dan pembaharuan *design* mulai dibentuk melalui Rapat Tim Dewan Redaksi sejak bulan April 2021. Akan tetapi, meskipun mengalami peningkatan, angka ini masih cukup jauh dari standard ideal yang ditetapkan oleh Hootsuite Social Media Analytical Tools sebesar 2,43% untuk akun dengan rentang jumlah *followers* 5.000 s/d 20.000 akun.

## Conclusion

- Konten yang paling banyak mendapatkan attensi *followers* adalah jenis konten poster (*feed post*), kemudian diikuti oleh *snapgram*, dan IG Live Tematik. Sedangkan Live Video berupa Vlog “Taman Rusa” baru dilakukan 1 kali selama bulan Mei, dan langsung memperoleh jumlah *views* yang tinggi (935 *viewers*). Sehingga dapat disimpulkan, konten berupa vlog yang ringan, menghibur, namun tetap mengedukasi, berhasil menarik attensi *followers* dengan lebih cepat dan mudah.
- Terjadi penurunan pada pertumbuhan jumlah *followers* sebesar 0,5%, dari 8.622 akun menjadi 8.579 akun. Sementara untuk *followers breakdown* pada periode Mei 2021, jumlah akun yang berhenti mengikuti (*unfollow*) lebih banyak dibandingkan dengan jumlah akun yang mulai mengikuti (*follow*), sehingga hal inilah yang menyebabkan penurunan pada *followers growth*.

## Conclusion

- Adanya penurunan frekuensi terhadap akun yang mengunjungi IG @edukasiparlemen dengan angka penurunan yang cukup signifikan, yakni sebesar 41,30% dibandingkan data pada periode sebelumnya. Sedangkan impresi atau frekuensi munculnya konten yang diunggah oleh @edukasiparlemen pada laman beranda *followers*, turut mengalami penurunan sebesar 19,60%. Belum dilakukan analisa lebih lanjut terkait penurunan frekuensi *profile visit* dan impresi @edukasiparlemen pada bulan Mei 2021.



Thankyou

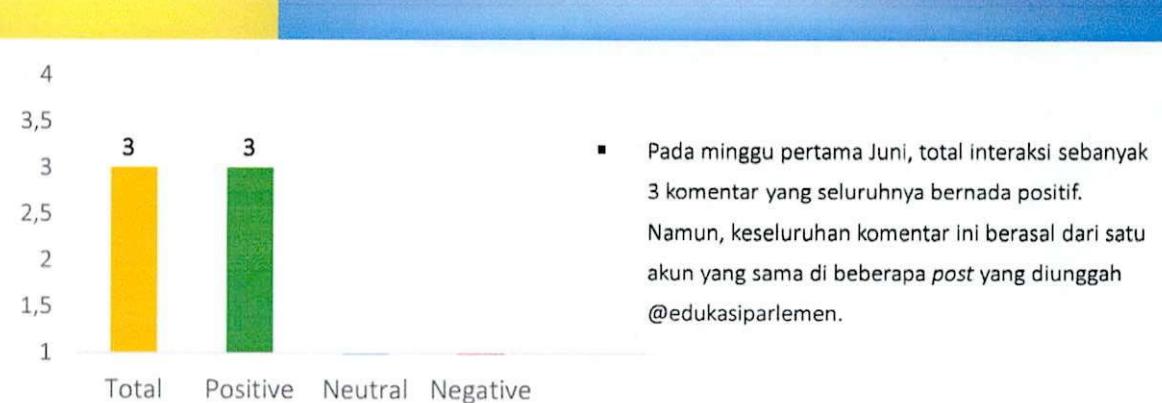
#EDUKASIPARLEMEN



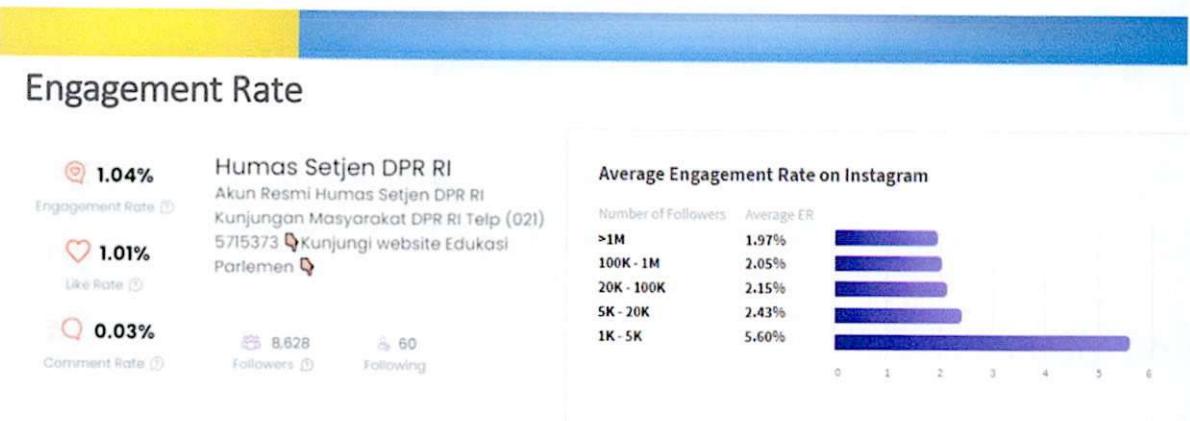
# WEEKLY SOCIAL MEDIA MONITORING REPORT

Period : June 1 – 5, 2021

## Tonality, 1 – 5 June 2021

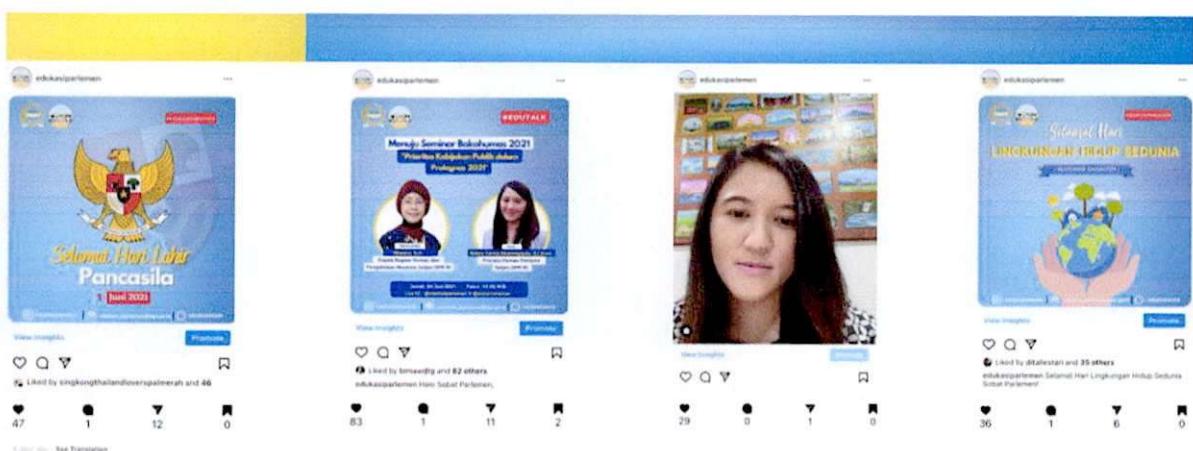


## Account Overview Based on Reach



Pada akhir minggu pertama Juni 2021, tercatat *engagement rate* mengalami kenaikan yang cukup baik, yaitu sebesar 1,04% jika dibandingkan dengan data *engagement rate* per 31 Mei 2021 yaitu sebesar 0,68%. Akan tetapi, angka ini masih dibawa standar ideal *engagement rate* versi Hootsuite, yaitu 2,43% untuk akun dengan jumlah *followers* antara 5.000 s/d 20.000 akun.

## Account Overview Based on Reach

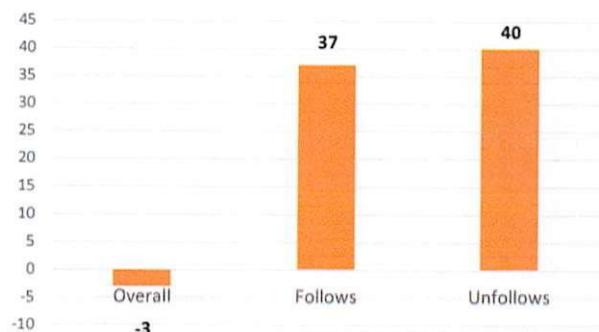


Terdapat 4 konten yang diunggah melalui laman @edukasiparlemen. Konten tersebut terdiri dari IG feed, poster IG Live, IG Live Tematik, dan poster Hari Besar Nasional. Adapun interaksi tertinggi terdapat pada konten poster pengumuman IG Live yang ditayangkan pada tanggal 3 Juni 2021.

## Followers Growth Index



Jumlah *followers* per tanggal 5 Juni 2021 tercatat sebanyak 8.583 *followers*, dengan jumlah akun yang berhenti mengikuti (*unfollow*) sebanyak 40 akun, dan jumlah akun yang mulai mengikuti sebanyak 37 akun. Sehingga, dapat disimpulkan *followers growth index* pada akhir minggu pertama Juni 2021 tercatat negatif, atau tidak terdapat kenaikan.



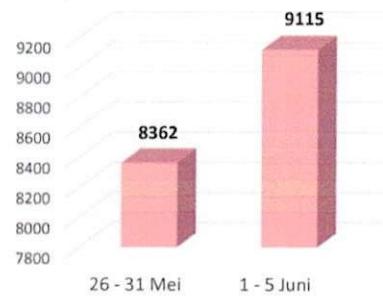
## Account's Exposure



### Profile Visit



### Profile Impression



Terdapat pertumbuhan yang positif dari sisi *profile visit* dan *impression*. *Profile visit* adalah jumlah kunjungan publik ke akun @edukasiparlemen, sedangkan *impression* menunjukkan frekuensi konten @edukasiparlemen muncul di laman beranda *followers* dan *non-followers*. Adapun pertumbuhan *profile visit* mengalami kenaikan sebesar 15,20% dari minggu terakhir Mei 2021, sementara impresi naik sebesar 9% dari periode yang sama.

## Conclusion

Jika dilakukan komparasi data antara minggu akhir Mei 2021 (W4) dengan minggu awal Juni 2021 (W1), dapat disimpulkan bahwa attensi publik terhadap IG @edukasiparlemen mengalami pertumbuhan yang positif. Namun, interaksi dua arah antara publik dengan @edukasiparlemen masih cenderung stagnan. Oleh karenanya, diperlukan penayangan konten yang bertujuan untuk men-*generate* komunikasi dua arah dengan publik.



Thankyou



#EDUKASIPARLEMEN

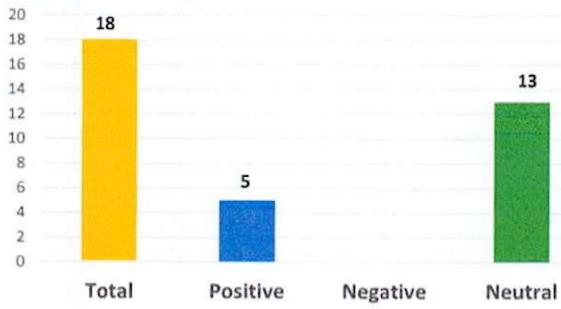
# WEEKLY SOCIAL MEDIA MONITORING REPORT

Period : Week 2 Report

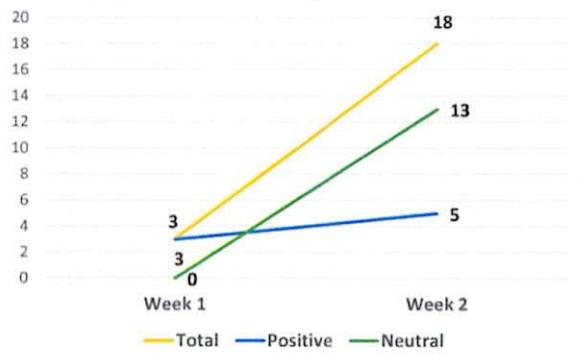
June 7 – 12, 2021

## Tonality, 7 – 12 June 2021

W2 Tonality

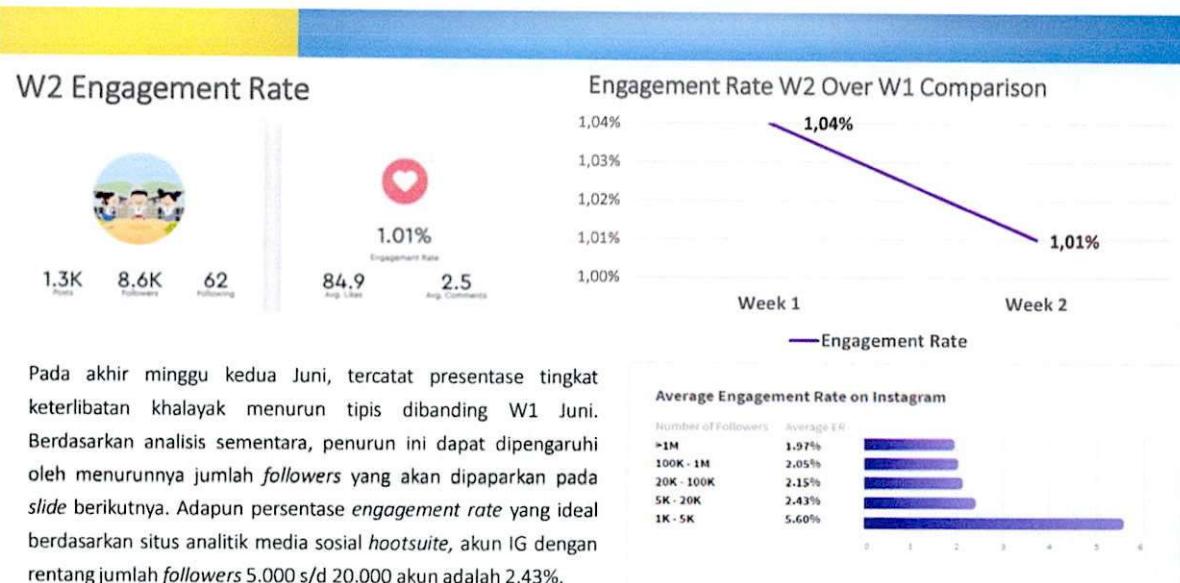


Tonality W2 Over W1 Comparison



- Pada minggu kedua Juni, total interaksi sebanyak 18 komentar yang terdiri dari 5 komentar bernada positif dan 13 lainnya bernada netral. Komentar netral dapat berbentuk pertanyaan, emoticon, dan pernyataan lainnya yang tidak termasuk bernada positif maupun negatif. Adapun jumlah interaksi pada minggu kedua Juni (W2) mengalami peningkatan signifikan apabila dibandingkan dengan data interaksi di minggu pertama (W1) Juni. Interaksi tertinggi terdapat pada post Pengumuman Penerimaan Mahasiswa Magang.

## Account Overview Based on Reach

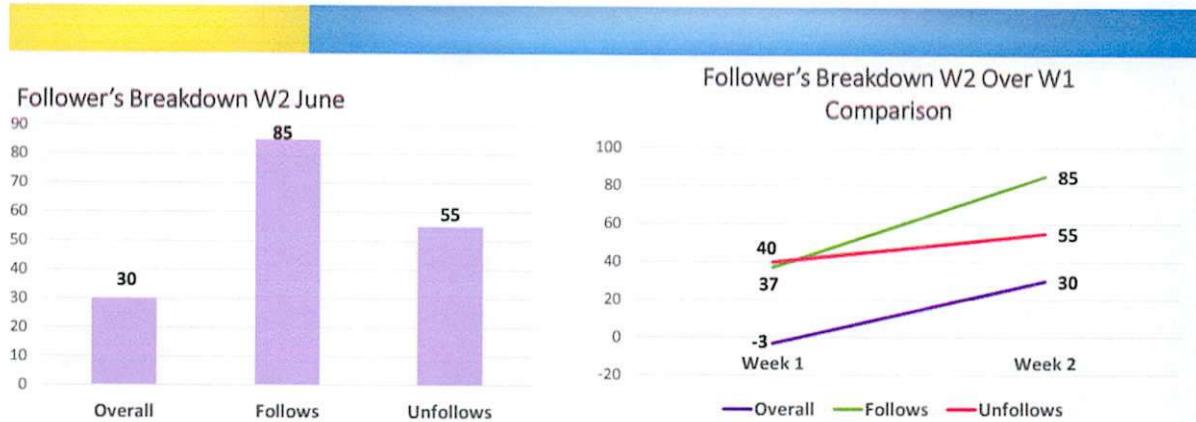


Pada akhir minggu kedua Juni, tercatat presentase tingkat keterlibatan khalayak menurun tipis dibanding W1 Juni. Berdasarkan analisis sementara, penurun ini dapat dipengaruhi oleh menurunnya jumlah *followers* yang akan dipaparkan pada slide berikutnya. Adapun persentase *engagement rate* yang ideal berdasarkan situs analitik media sosial *hootsuite*, akun IG dengan rentang jumlah *followers* 5.000 s/d 20.000 akun adalah 2,43%.

## Account Overview Based on Reach



## Followers Growth Index



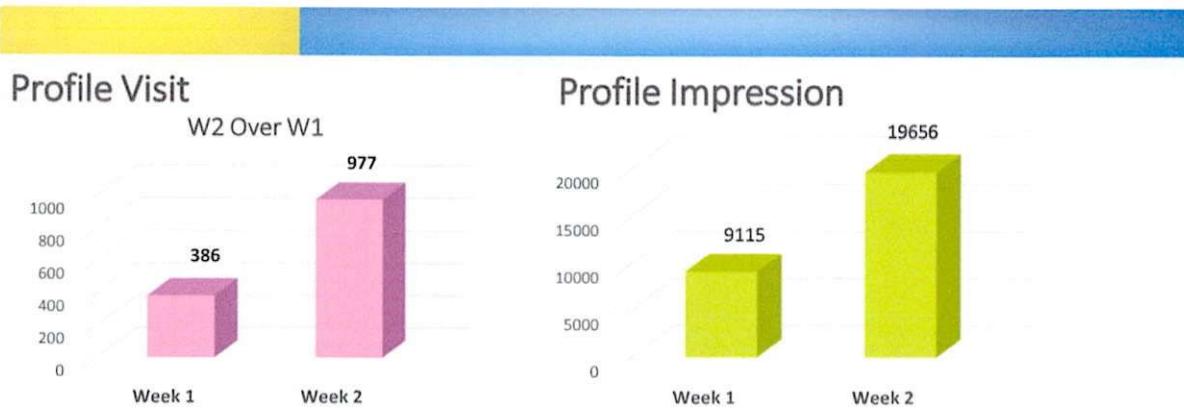
Kenaikan total jumlah *followers* pada W2 Juni mencatatkan hasil yang positif jika dibandingkan dengan data W1 Juni. Namun, kenaikan ini turut berbanding lurus dengan jumlah akun yang mengikuti dan akun yang berhenti mengikuti @edukasiparlemen. Adapun jumlah akun yang mengikuti naik sebesar 112,5%, sedangkan akun yang berhenti mengikuti turut naik sebesar 48,6%. Selisih tersebut cukup signifikan, sehingga keseluruhan jumlah *followers* turut mengalami peningkatan dibanding W1 Juni.

## Followers Growth Index



Terdapat penurunan 11 *followers* pada W2 Juni. Penurunan ini diakibatkan oleh adanya kenaikan jumlah akun yang berhenti mengikuti (*unfollow*) sebagaimana yang dipaparkan pada *slide* sebelumnya.

## Account's Exposure



Adanya kenaikan signifikan pada jumlah kunjungan publik ke @edukasiparlemen (*profile visit*) dan impresi akun yang muncul pada beranda *followers*. Adapun *profile visit* mengalami kenaikan sebesar lebih dari 153%, sedangkan impresi turut naik signifikan sebesar 115,6%. Kenaikan ini dipengaruhi oleh unggahan konten Pengumuman Penerimaan Mahasiswa Magang yang mendapatkan interaksi terbanyak pada W2 Juni, serta IG TV Seminar Bakohumas sebagai konten yang paling banyak dibagikan ke akun lain.

## Conclusion

Dilihat dari statistik pertumbuhan @edukasiparlemen, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat kenaikan signifikan pada *follower's breakdown* yang meliputi jumlah akun yang mulai mengikuti, jumlah akun yang berhenti mengikuti, dan jumlah keseluruhan pertumbuhan akun. Signifikansi tersebut juga terdapat pada pertumbuhan *profile visit* dan impresi @edukasiparlemen. Fluktuasi data tersebut turut mempengaruhi *engagement rate* pada W2 Juni yang mengalami sedikit penurunan dibanding W1 Juni.
2. Interaksi yang bernada positif meningkat tipis, namun masih berasal dari 1 akun yang sama. Dapat disampaikan bahwa *coverage* interaksi masih terbatas, artinya tidak ada akun – akun lain yang memberikan *feedback* positif selain 1 akun tersebut.
3. Sebagaimana halnya dengan temuan data pada *Weekly Report* W1 Juni lalu, konten yang ditujukan secara eksplisit kepada generasi muda pelajar berpengaruh signifikan terhadap interaksi, *engagement rate*, dan *followers growth* secara keseluruhan. Hal ini mengingat sebesar 42,4% *followers* @edukasiparlemen berusia antara 18 – 24 tahun.



# Thankyou