



**PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA BARAT
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
PROVINSI SUMATERA BARAT**

KERANGKA ACUAN KERJA

**KEGIATAN PENGELOLAAN MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK
TAHUN ANGGARAN 2022**

DF - 1kp.

**BIDANG PENGELOLA INFORMASI DAN KOMUNIKASI PUBLIK
TAHUN 2022**



PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA BARAT
DINAS KOMUNIKASI, INFORMATIKA DAN
STATISTIK

Jalan Pramuka No. 11 A Padang Sumatera Barat

Website : <https://www.diskominfo.sumbarprov.go.id> Email : diskominfo@sumbarprov.go.id

KERANGKA ACUAN KERJA
KEGIATAN PENGELOLAAN MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK
TAHUN ANGGARAN 2022

I. PENDAHULUAN

A. UMUM

Diseminasi adalah suatu kegiatan yang ditujukan kepada kelompok target atau individu agar mereka memperoleh informasi, timbul kesadaran, menerima, dan akhirnya memanfaatkan informasi tersebut.

Diseminasi merupakan tindak inovasi yang disusun dan disebarannya berdasarkan sebuah perencanaan yang matang dengan pandangan jauh ke depan baik melalui diskusi atau forum lainnya yang sengaja diprogramkan, sehingga terdapat kesepakatan untuk melaksanakan inovasi,

Diseminasi adalah proses penyebaran inovasi yang direncanakan, diarahkan, dan dikelola. Hal ini berbeda dengan difusi yang merupakan alur komunikasi spontan. Sehingga terjadi saling tukar informasi dan akhirnya terjadi kesamaan pendapat antara tentang inovasi tersebut.

Perubahan dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat dan dinamika sosial dan politik akan mempengaruhi pilihan strategi komunikasi dan diseminasi informasi publik. Hal ini menjadi tantangan sekaligus catatan bagi pejabat publik dan humas pemerintah untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan dan perubahan tersebut.

Secara umum pola komunikasi di masa mendatang relatif tidak berubah. Komunikasi linier, sebagai basis, tetap digunakan. Namun, proses atau pendekatan komunikasi transaksional (yang bersifat diskusi interaktif, kooperatif, egaliter, resiprokal) akan makin berkembang dan menjadi kebutuhan.

Fenomena ini bisa kita lihat, misalnya, acara-acara talkshow yang menghadirkan narasumber dan melibatkan pendengar, tetap menjadi pilihan. Hanya saja, media perlu berupaya agar mereka yang selama ini 'diam' menjadi 'mau bersuara'; dan menghindari narasumber yang "itu lagi, itu lagi" karena akan membuat audiens cepat bosan.

Dalam konteks strategi komunikasi dan diseminasi informasi publik, prinsip komunikasi adalah tercapai common interest, yakni bagaimana kepentingan pemerintah dan masyarakat 'bertemu'. Untuk itu, ada beberapa langkah yang harus diperhatikan. Pertama, menentukan dan memahami tujuan. Kedua, mengidentifikasi pesan inti atau kunci (key messages) yang akan dikomunikasikan.

Ketiga, memahami target audience: siapa saja yang terlibat, siapa yang dipengaruhi, siapa yang tertarik? Informasi apa yang mereka butuhkan? Bagaimana reaksi mereka? Apa konsern atau minat mereka? Keempat, menentukan media yang paling efektif. Kelima, memotivasi audiens untuk memberi tanggapan atau masukan. Keenam, frekuensi penyampaian pesan. Ketujuh, memperhitungkan dampak, baik negatif ataupun positif. Dalam hal ini, ukuran sukses sebuah program komunikasi yaitu pesan yang sampai saja, tidak cukup. Perlu evaluasi, sejauh mana audiens memahami dengan baik pesan kunci dan menganalisis apakah semua strategi sesuai dengan persoalan yang dihadapi atau alasan komunikasi (Cees Leeuwis, 2006).

B. DASAR HUKUM

1. Undang-Undang Nomor 61 Tahun 1958 tentang Penetapan Undang-Undang Darurat Nomor 19 Tahun 1957 tentang Pembentukan Daerah-daerah Swatantra Tingkat I Sumatera Barat, Jambi dan Riau sebagai Undang-Undang.
2. Undang-Undang Nomor 40 tahun 1999 tentang Pers.
3. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, sebagaimana telah diubah beberapa kali, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008.
4. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah pusat dan Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 126).
5. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).
6. UU No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.
7. UU No. 43 tahun 2009 tentang Kearsipan.
8. Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan, antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Provinsi dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota.
9. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah.
10. Peraturan Gubernur Sumatera Barat Nomor : 3 Tahun 2016 tentang Perjalanan Dinas dilingkungan Pemerintah Daerah Provinsi Sumatera Barat, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Gubernur No. 4 Tahun 2019.
11. Permendagri No. 90/2019 tentang Klasifikasi, Kodefikasi dan Nomenklatur Perencanaan Pembangunan dan Keuangan Daerah.
12. Permen Kominfo No. 8 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Urusan Pemerintahan Konkuren Bidang Komunikasi dan Informatika.

C. MAKSUD DAN TUJUAN

1. Memberikan edukasi kepada instansi/badan publik untuk taat hukum.
2. Menciptakan masyarakat yang melek informasi.
3. Menyatukan dan menyamakan persepsi instansi/badan publik terkait dengan Keterbukaan Informasi Publik.
4. Memberikan informasi yang akurat dibutuhkan oleh masyarakat.
5. Menyampaikan program – program pemerintah yang bermanfaat bagi masyarakat banyak.

II. TARGET/SASARAN YANG INGIN DICAPAI

Sasaran yang hendak dicapai dari Kegiatan penyelenggaraan Diseminasi Informasi ini adalah :

1. Masyarakat mendapatkan segala macam informasi yang akurat melalui saluran komunikasi yang tersedia
2. Masyarakat mengetahui informasi penting tentang pembangunan yang dilakukan pemerintah./ program-program yang dilakukan pemerintah.

III. SUMBER PENDANAAN

Anggaran pembiayaan Kegiatan Penyelenggaraan Diseminasi bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Provinsi Sumatera Barat pada Dinas Komunikasi dan Informatika Prov. Sumatera Barat sejumlah Rp. , - (Empat ratus Sembilan puluh lima ribu lima ratus delapan puluh empat ribu rupiah).

IV. LINGKUP PEKERJAAN

Lingkup pekerjaan dari kegiatan ini adalah meliputi rapat-rapat koordinasi, diseminasi informasi (diseminasi melalui saluran komunikasi public seperti :

1. Diseminasi informasi melalui tatap muka sebanyak 14 kali
2. Diseminasi informasi melalui Koran 74 kali
3. Diseminasi informasi melalui radio 8 kali
4. Diseminasi informasi melalui TV 8 kali
5. Tersedianya Batray drone sebanyak 2 bh
6. Tersedianya Gimbal Stabilizer sebanyak 2 bh
7. Tersedianya kamera mirrorless 2 unit
8. Tersedianya laptop 3 unit
9. Tersedianya Lensa kamera DSLR 2 unit

10. Tersedianya Lensa canon 4 unit
11. Tersedianya tripod kamera 3 unit
12. Hibah KPID sebesar Rp. 2.202.235.796,-
13. Hibah Dekranasda sebesar Rp. 100.000.000,-
14. Hibah PWI sebesar Rp. 100.000.000,-

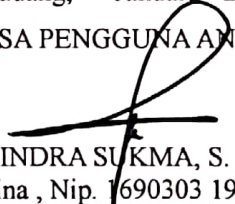
V. JADWAL PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan ini meliputi 1 (satu) tahun anggaran atau selama 12 (dua belas) bulan.

VI. PENUTUP

Demikianlah Kerangka Acuan Kerja (KAK) ini dibuat, dan dapat menjadi pedoman dalam pelaksanaan kegiatan.

Padang, Januari 2021
KUASA PENGGUNA ANGGARAN



INDRA SUKMA, S. Kom
Pembina, Nip. 1690303 199803 1 003