



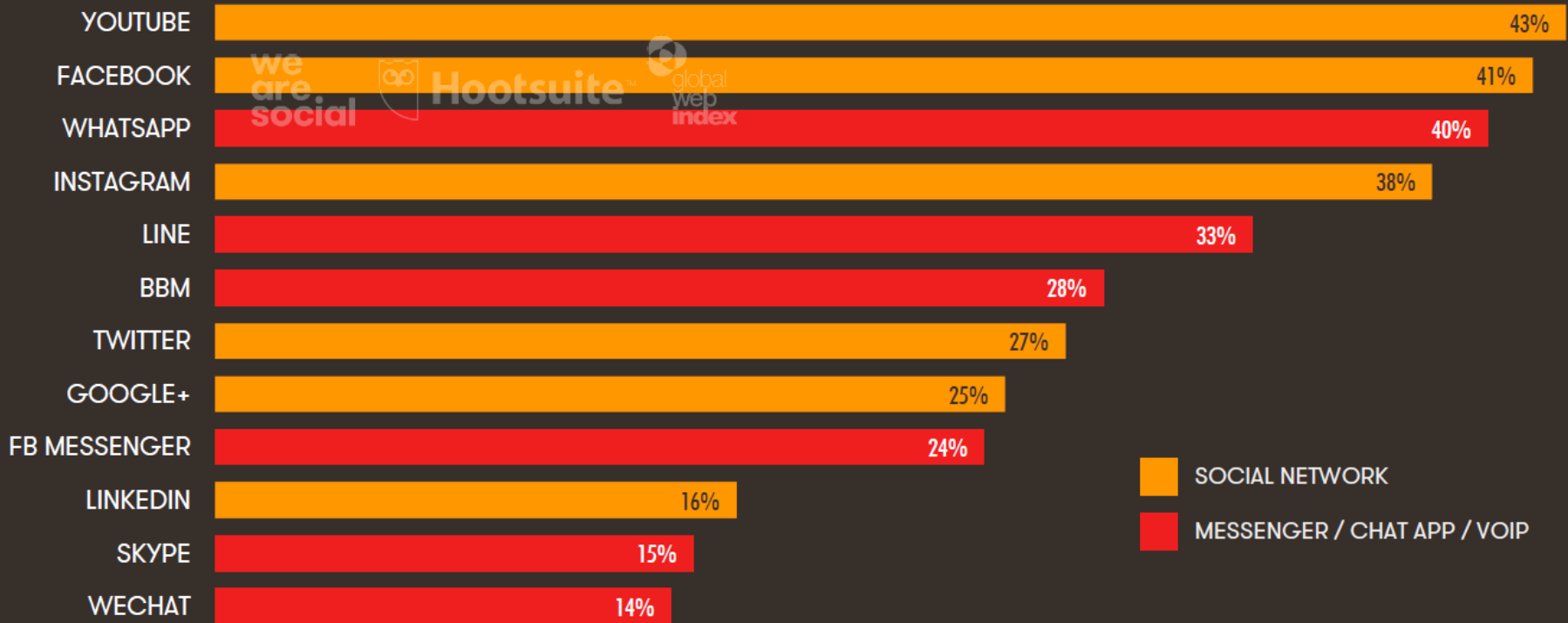
MERANCANG KAMPANYE PUBLIK



JAN
2018

MOST ACTIVE SOCIAL MEDIA PLATFORMS

SURVEY-BASED DATA: FIGURES REPRESENT USERS' OWN CLAIMED / REPORTED ACTIVITY



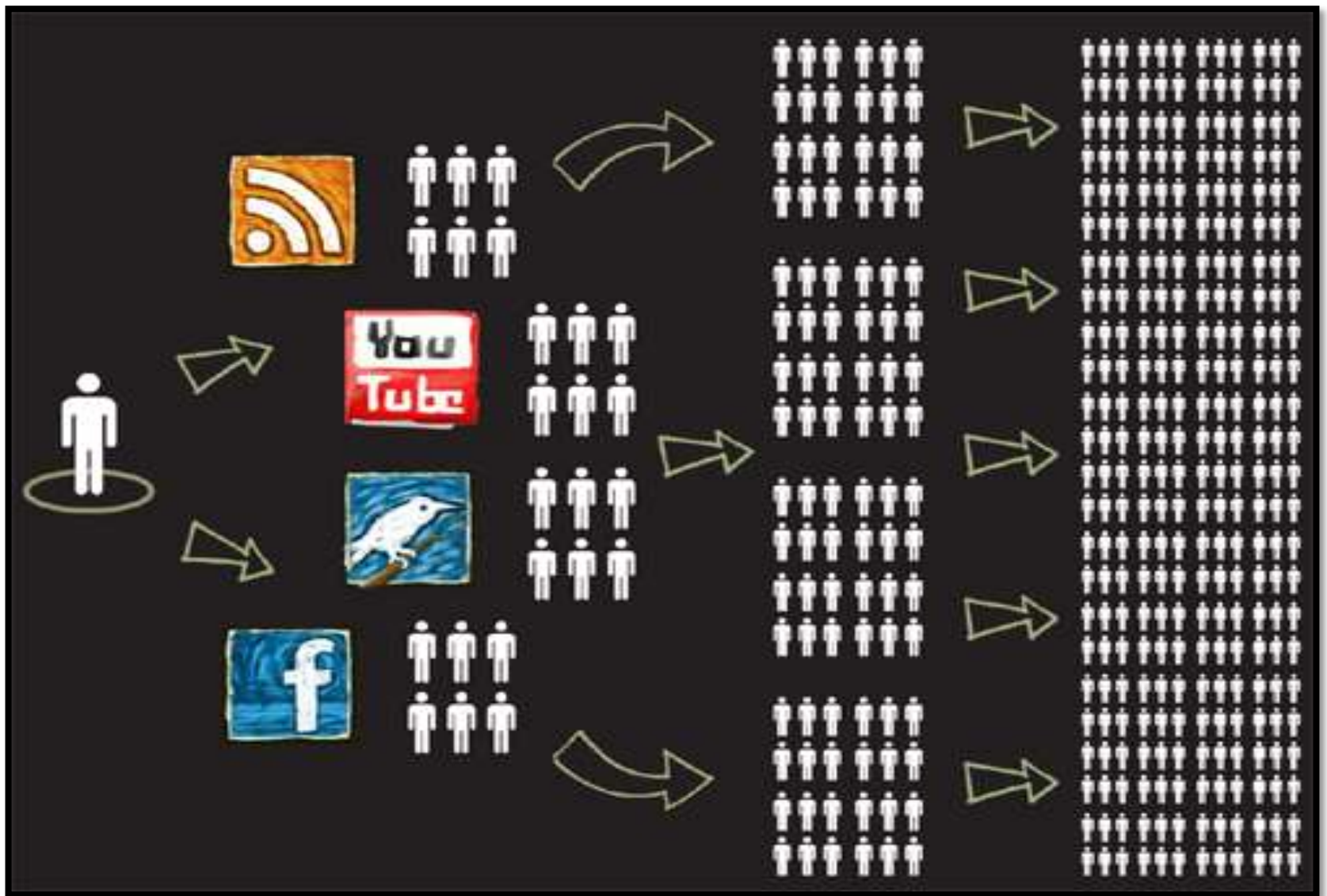
“We have to be where the people are if we want to reach them”

Ines Mergel

Associate Professor of Public Administration and International Affairs
Syracuse University

Mengapa Media Sosial?





Penyebaran informasi berpotensi meraih lebih banyak audiens

Mengapa Media Sosial?



STRATEGI – TAKTIK – AKSI

1. Berapa jam per hari/minggu yang dialokasikan organisasi untuk melakukan tugas komunikasi dan publikasi?
2. Berapa jam yang dapat dialokasikan untuk aktivitas media sosial?
3. Dari beberapa media sosial dan messenger berikut, mana yang familiar (sudah biasa dipakai) oleh organisasi Anda?

Media Sosial

- Facebook
- Google+
- Twitter
- Instagram
- Pinterest
- Youtube/Vimeo
- Path

Messenger

- BBM
- Whatsapp
- FB Messenger
- Line
- Wechat
- Telegram
- Snapchat

4. Mana saja aset di bawah ini yang dimiliki organisasi Anda?
 - Penulis berpengalaman
 - Staf/tenaga ahli dalam topik atau isu yang menjadi misi organisasi
 - Koleksi foto-foto organisasi dalam jumlah besar
 - Fotografer handal
 - Koleksi video-video organisasi dalam jumlah besar
 - Staf yang berpengalaman membuat video
 - lain-lain

Evaluasi Awal

Positive

Negative



Internal

S

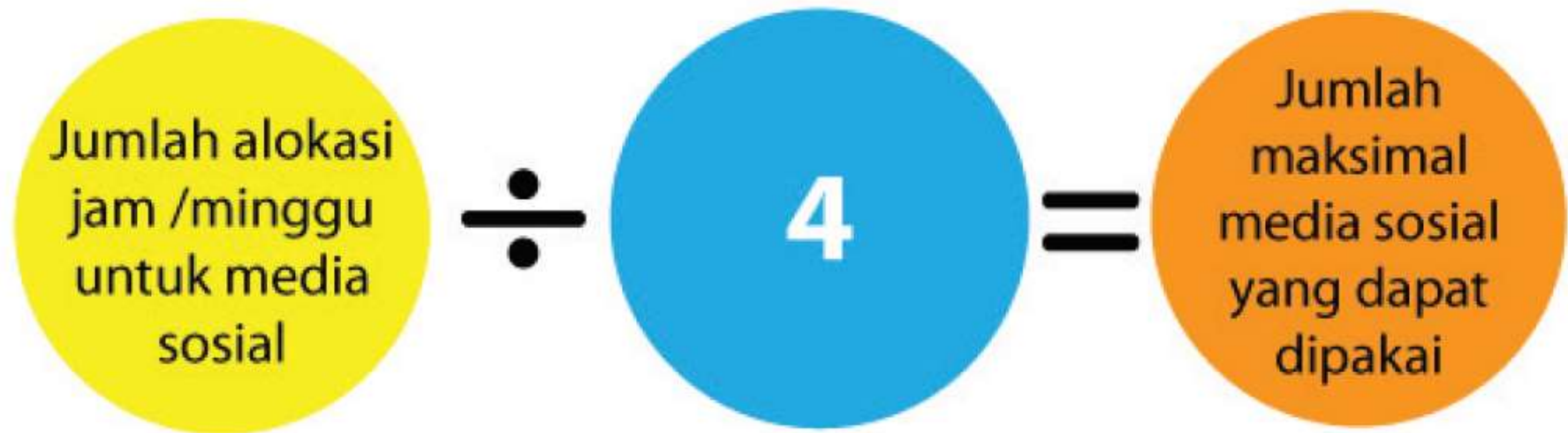
W

External

O

T

SWOT Analysis



100%

Strategi	Taktik		Aksi	
	40%	20%	20%	20%
	Monitoring & Riset	Inisiasi (Posting Konten)	Respon terhadap Feedback	Pengukuran

Specific

S
G

What do you want to do?

Measurable

M
O

How will you know when you've reached it?

Achievable

A
A

Is it in your power to accomplish it?

Realistic

R
L

Can you realistically achieve it?

Timely

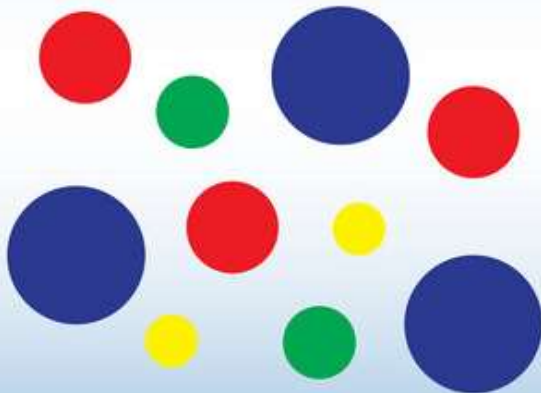
T
S

When exactly do you want to accomplish it?

Merumuskan Tujuan

STP Marketing

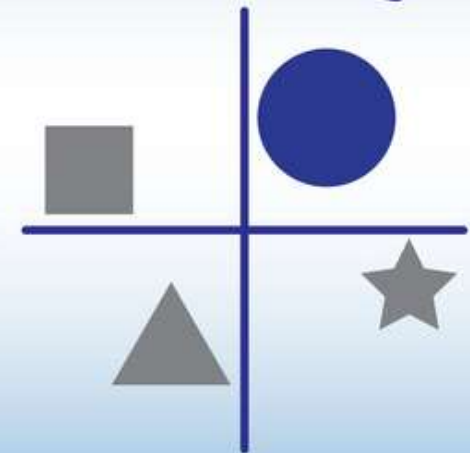
Segmentation



Targeting

















Positioning



Menentukan audiens

Talking a different language

Formative experiences	Maturists (pre-1945) Wartime rationing Rock'n'roll Nuclear families Defined gender roles - particularly for women 	Baby boomers (1945-1960) Cold War 'Swinging Sixties' Moon landings Youth culture Woodstock Family-orientated 	Generation X (1961-1980) Fall of Berlin Wall Reagan/Gorbachev/ Thatcherism Live Aid Early mobile technology Divorce rate rises 	Generation Y (1981-1995) 9/11 terrorists attacks Social media Invasion of Iraq Reality TV Google Earth 	Generation Z (Born after 1995) Economic downturn Global warming Mobile devices Cloud computing Wiki-leaks 
Percentage in UK workforce	3%	33%	35%	29%	Employed in either part-time jobs or apprenticeships
Attitude toward career	Jobs for life 	Organisational - careers are defined by employees	"Portfolio" careers - loyal to profession, not to employer	Digital entrepreneurs - work "with" organisations	Multitaskers - will move seamlessly between organisations and "pop-up" businesses
Signature product	Automobile 	Television 	Personal computer 	Tablet/smartphone 	Google glass, 3-D printing
Communication media	Formal letter 	Telephone 	E-mail and text message 	Text or social media 	Hand-held communication devices
Preference when making financial decisions	Face-to-face meetings	Face-to-face ideally but increasingly will go online	Online - would prefer face-to-face if time permitting	Face-to-face	Solutions will be digitally crowd-sourced

Source: Barclays, University of Liverpool



VISIONS

Memilih Medsos yang Digunakan

Trending Now

Searches

Indonesia



Ryana Dea

5,000+ searches

Image Source - Blitng.com



Ariel Tatum

20,000+ searches

Image Source - Rencah Post



LIVE STREAMING

10,000+ searches

Image Source - RADAR INDO

2015 Charts

Trending

Indonesia

Peristiwa Nasional

- 1 Pembekuan PSSI
- 2 Gunung Raung
- 3 Beras Plastik
- 4 Air Asia Ditemukan
- 5 Pesawat Hercules

Explore In Depth

Global interest in LEGO



YouTube

Global



Zıplama havuzunu renkli topl...

200,000+ new local views

Turkey - By gennasa alif



Estudiante pone en aprietos ...

200,000+ new local views

Mexico - By Pato Wato Tradición El Pueblo No



Great White Shark Cage Brea...

50,000+ new local views

Poland - By Gabe and Garrett

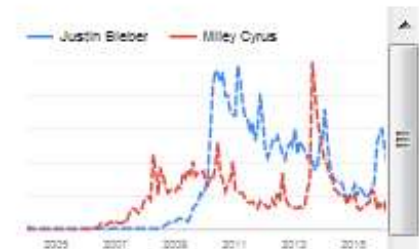
Trending

Indonesia

Bagaimana Cara...

- 1 Bentuk Perut Six Pack Tanpa ke Gym
- 2 Registrasi PUPNS
- 3 Mencari Batu Akik
- 4 Shalat Gerhana
- 5 Menghilangkan Kapur pada Batu Akik

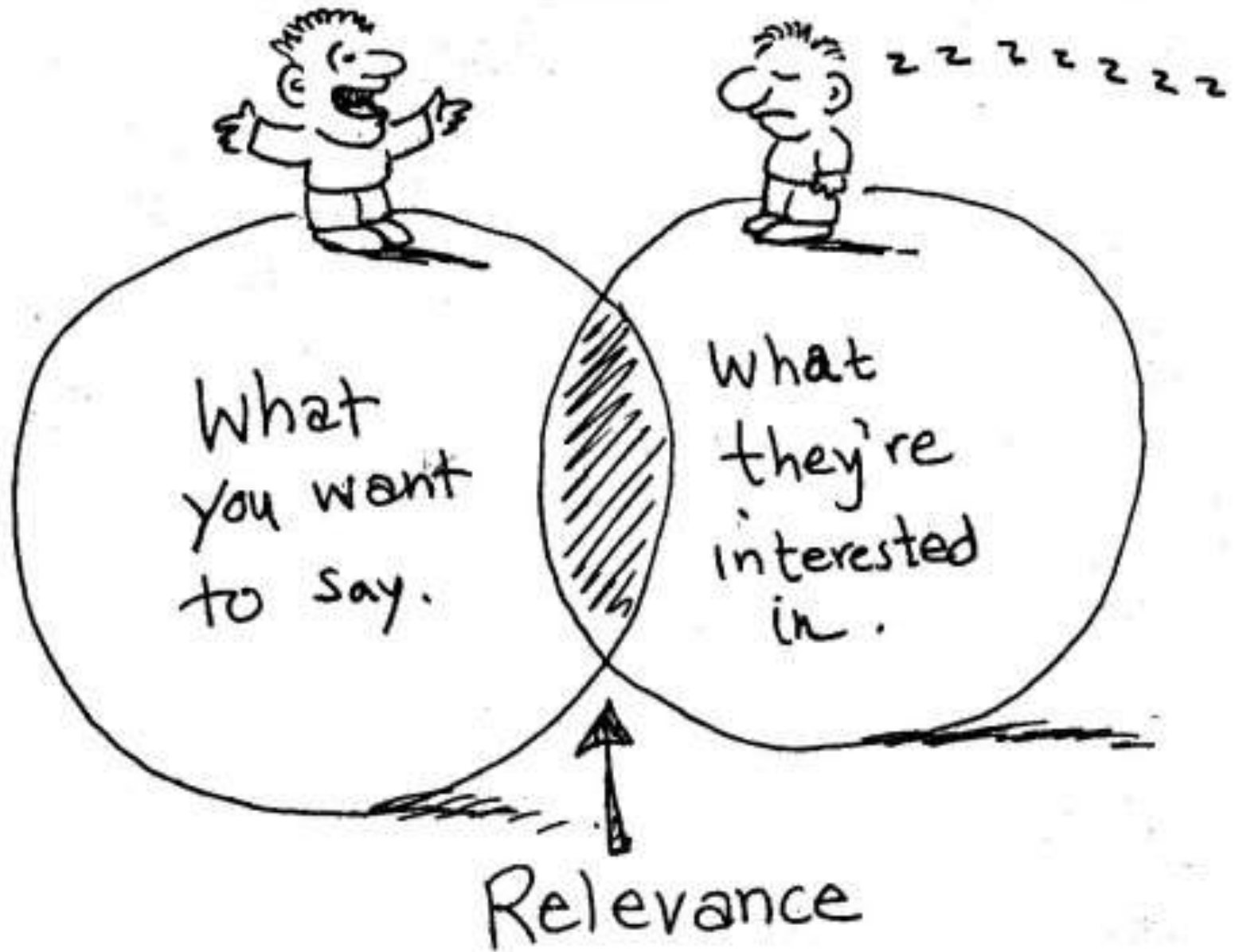
Justin Bieber vs. Miley Cyrus



- 1 Mobilisasi Massa**
Taktik ini bagus digunakan jika Anda ingin mendukung orang untuk berkumpul, online atau secara spesifik, dengan tujuan tertentu.
- 2 Jadilah saksi mata dan rekam**
Taktik ini bagus untuk memastikan bahwa orang memiliki kekuatan untuk menangkap terjadinya pelanggaran hak pada saat masih
- 3 Visualisasikan pesan Anda**
Taktik ini bagus digunakan untuk berkomunikasi melalui perbedaan bahasa dan keahlian dan untuk mendapatkan perhatian orang.
- 4 Perkuat kisah pribadi**
Taktik ini berguna untuk orang-orang yang terpengaruh isu yang tidak dikonsultasikan, dan sebagai cara menambah kedalaman pada isu yang bisa dirasakan juga oleh khalayak yang jadi sasaran.
- 5 Tambahkan humor**
Taktik ini bagus digunakan untuk menjangkau pemirsa yang beragam dan untuk mendorong orang-orang menyebarkan pesan Anda.

- 6 Atur Kontak Anda**
Taktik ini bagus untuk memahami hubungan dan koneksi Anda sehingga Anda dapat mendapat hasil maksimal dari jaringan Anda.
- 7 Mudahkan data yang kompleks**
Taktik ini bagus digunakan ketika Anda perlu menampilkan dan membagikan informasi yang kompleks dan sulit di akses kepada orang-orang yang paling memerlukannya.
- 8 Gunakan kecerdasan kolektif**
Taktik ini bagus untuk membuat atau mengumpulkan informasi, pelaporan tentang kegiatan atau peristiwa seperti pemilihan umum atau protes dan respons terhadap bencana atau wabah.
- 9 Biarkan orang bertanya**
Taktik ini bagus untuk menyampaikan informasi penting ke orang saat sumber informasi yang populer tidak lengkap atau misleading, atau jika bentuk komunikasi langsung lainnya sulit digunakan.
- 10 Investigasi dan Ekspos**
Taktik ini berguna jika Anda dapat berkolaborasi dengan yang lain untuk mengidentifikasi, membagikan dan beraksi dengan bukti yang disembunyikan dari public atau dilalaikan oleh mereka yang selalu beraksi.

Video: bit.ly/10taktik



STRUKTUR PIRAMIDA TERBAIK



Lead

LEAD ringkasan atau straight news langsung mengemukakan pokok persoalan yang akan dibahas. Lead ini lebih mengutamakan fakta untuk segera disampaikan.

LEAD menjawab apa yang ada dalam rumusan 5 W + 1 H. Memang tidak seluruh rumusan itu dijawab dalam lead, tetapi setidaknya sebagian besar ada.

Neck

fakta yang tercantum dalam NECK biasanya sangat tergantung pada waktu. Ketika fakta itu berubah, maka berita itu menjadi basi atau tidak relevan lagi.

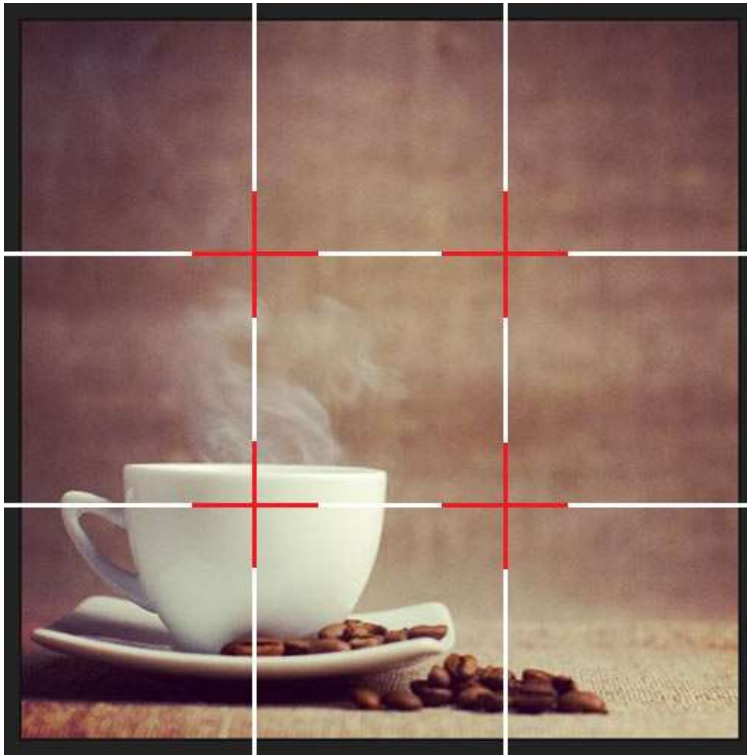
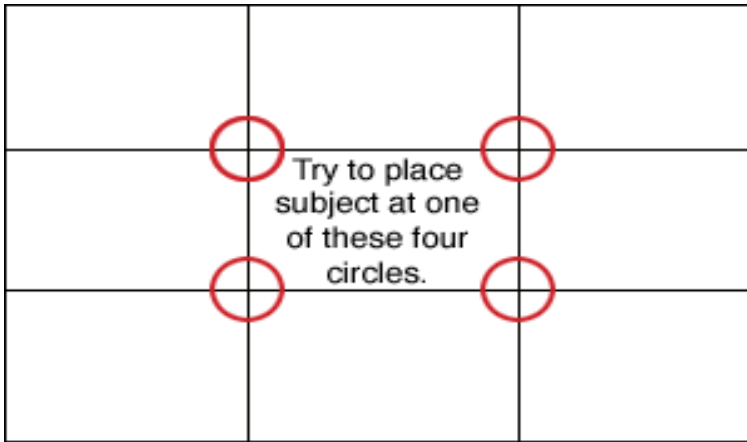
Body

tambahan informasi yang diperlukan, kadar kepentingannya jelas di bawah lead, tetapi bukan berarti bagian ini adalah sampah.

Akhir tulisan sering diabaikan oleh penulis, padahal membuat akhir yang baik bukan suatu hal yang gampang.

dalam struktur berita piramida terbalik, yang tidak penting tetap bisa dikemukakan, tetapi ditulis di bagian-bagian akhir. Tujuannya jika berita itu terpaksa dipotong karena melebihi kuota halaman, berita masih bisa dibaca selayaknya berita.





Rule of Thirds (aturan **sepertiga**) adalah panduan dalam memotret objek dalam untuk menghasilkan foto yang indah. Rule Of Thirds seakan membagi bingkai foto dalam 9 bagian sama besar, dengan objek utama diletakkan pada perpotongan garis vertical vs horisontal.

Membuat Foto yang Bercerita

- Sumber cahaya terbaik: alam
- Waktu cahaya terbaik
 - Pagi : Jam 05.30 pagi sampai jam 08.30
 - Sore : Jam 15.30 sampai jam 18.30
- Manfaatkan *backlight* untuk menciptakan efek siluet



A



Sumber Cahaya Terbaik

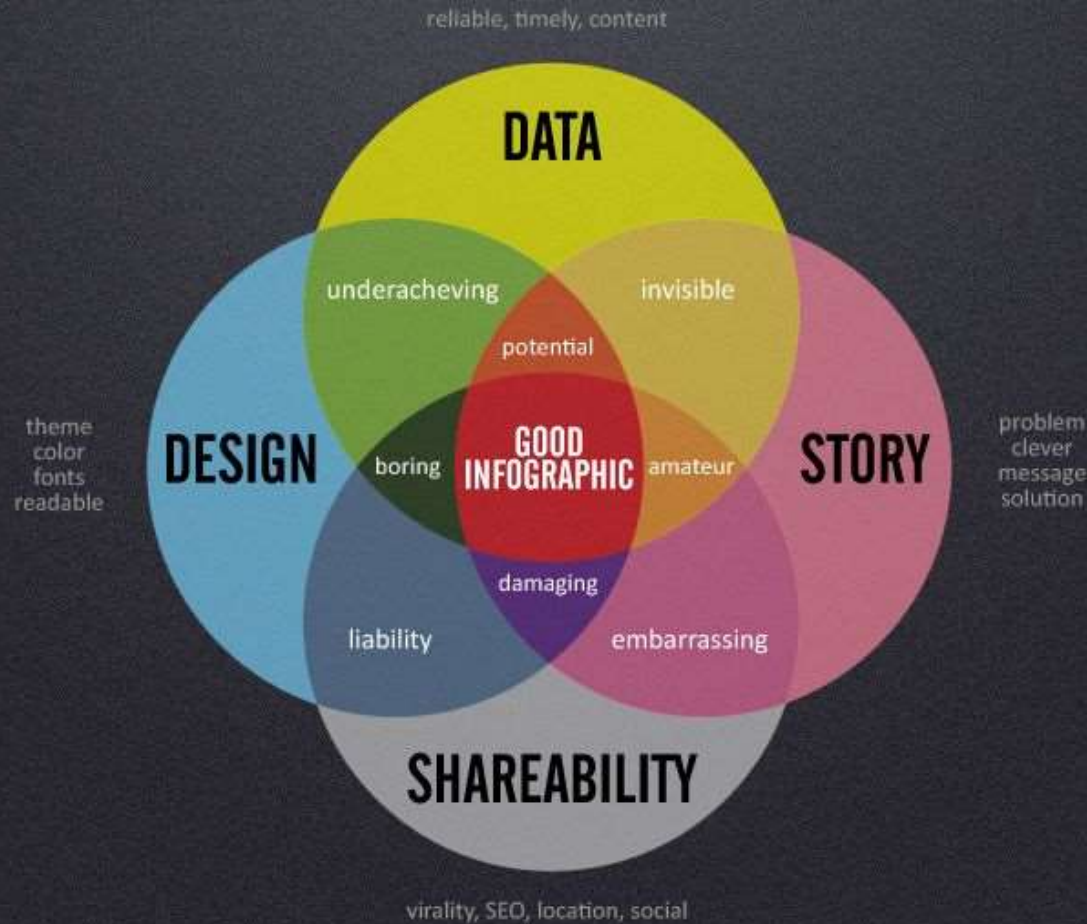
We live in a visual generation. Words are good. Visuals are good. Words and visual combined are great.

- Reed B Markham, American Educator

boardofwisdom.com



What Makes a Good Infographic?



Daniel Zeevi
DASHBURST

- Berorientasi pada **tujuan** infografis
- Berdasarkan **riset dan sumber** yang dapat dipertanggungjawabkan dan **tanggal produksi** sebagai referensi aktualitas
- **Relevansi** dengan kebutuhan pembaca
- Struktur **visual** yang harmonis dan menarik
- Keterbacaan (*Readability*)
- Unsur **persuasi**
- Lugas (*Simplicity*)
- Konsistensi dengan *brand guideline*
- Kemudahan dibagikan (*Shareability*)

KETERAMPILAN HADAPI REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Sumber : Kementerian Perencanaan RI | Produksi 16-04-2018

Indonesia baik.id | @IndonesiaBaikID

AWAS! Biro Umrah Abal-abal

Biro perjalanan wisata yang telah memiliki izin operasional sebagai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) yang ditetapkan dengan Keputusan Menteri Agama

Telah beroperasi paling singkat 2 tahun sebagai biro perjalanan wisata

Pastikan harga yang diberikan! Jika harga di bawah Rp 20 juta, kamu harus waspada. Karena pemerintah telah menetapkan harga referensi

Visa keluar sebelum keberangkatan

Jadwal keberangkatan dan kepulangan harus sudah pasti

Pastikan tempat tinggal selama berada di Arab Saudi, fasilitas makan, dan transportasi

Sumber : Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2018 | Produksi 09-04-2018

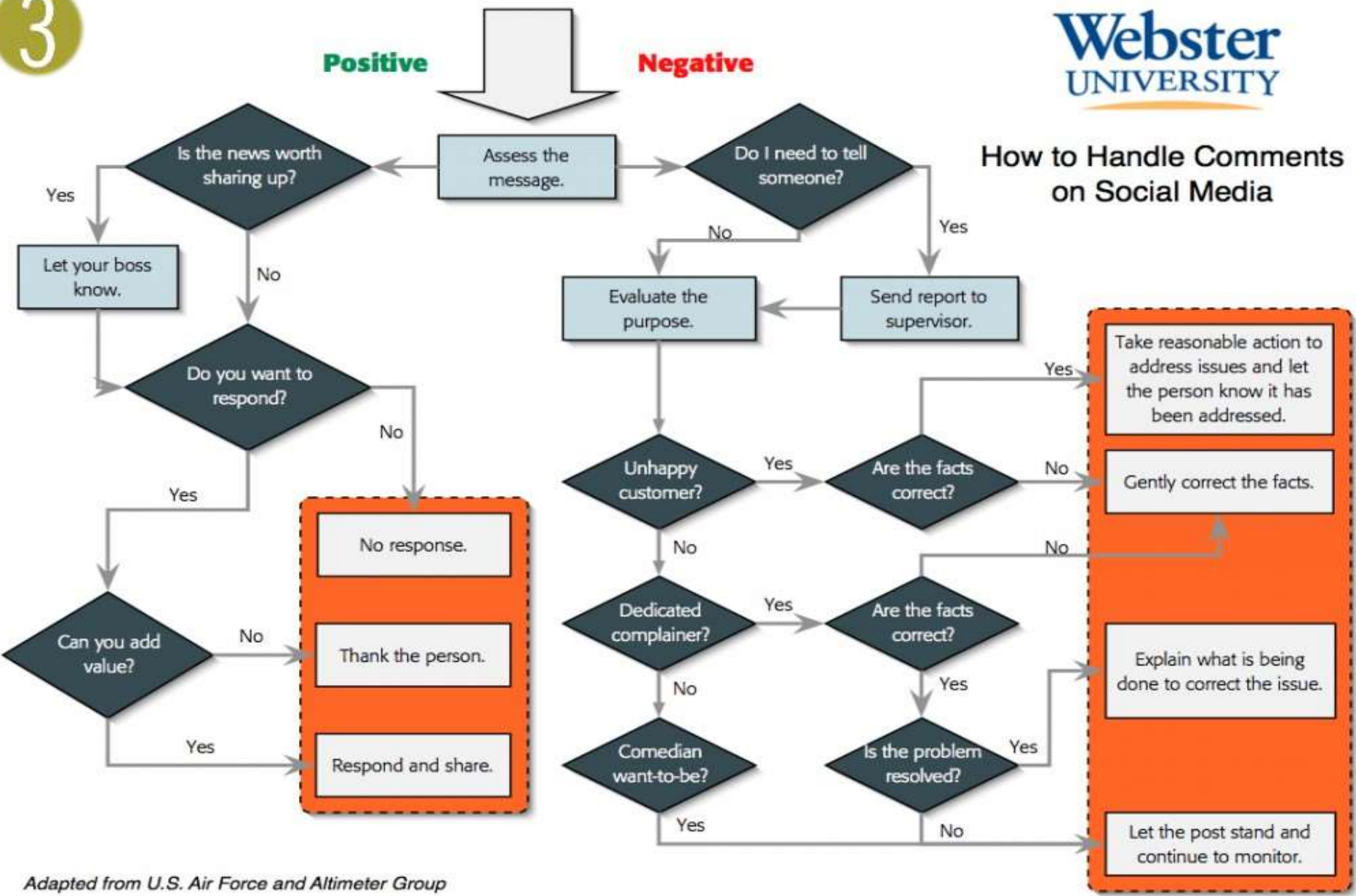
Indonesia baik.id | @IndonesiaBaikID

**Content is KING but
engagement is QUEEN,
and she rules the house.**

 Mari Smith



How to Handle Comments on Social Media



Adapted from U.S. Air Force and Altimeter Group



Sumber:
Internet

*Kamu kalau di sosmed
jangan baper, berat....*

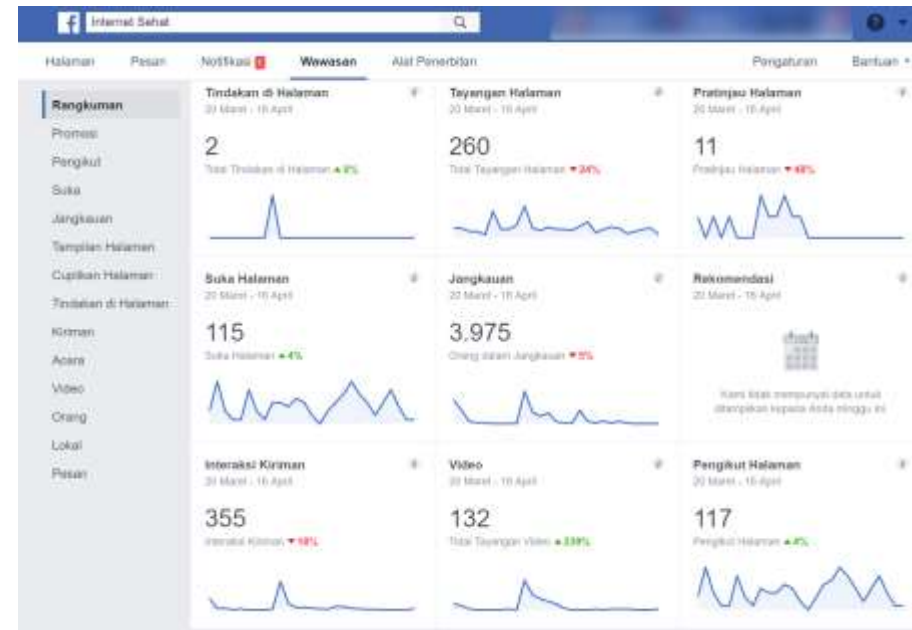
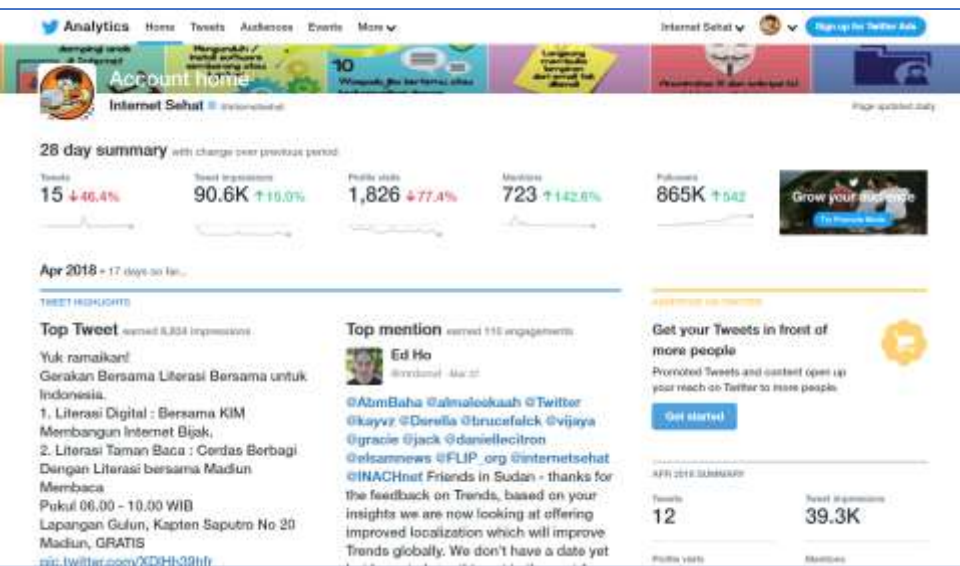
*Kalau baperan,
tutup akun ajah....*

Jangan Baper di Sosmed

3



Google Analytics
 Twitter Analytics
 YouTube Analytics
 Facebook Insight
 Instagram Insight



Evaluasi: Perhatikan indikator statistik

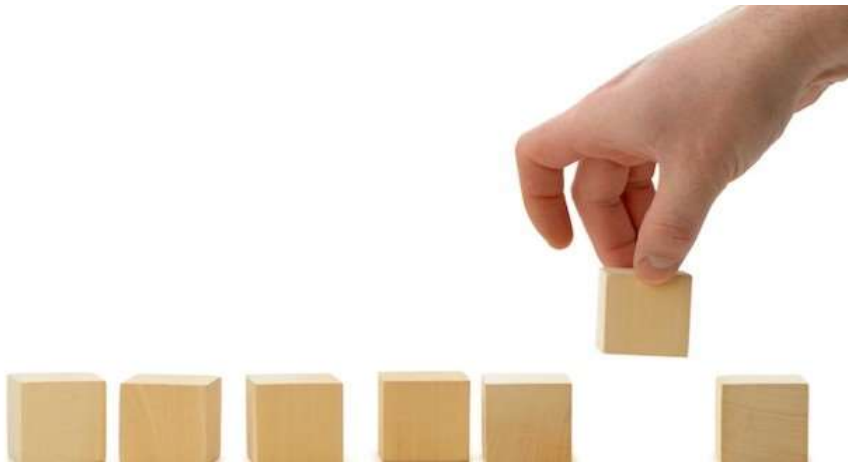




Listen



Focus



Consistent



Unique

Dalam melakukan kampanye



ASADESSA (2015)

Kisah warga desa bergerak dan berdaya membangun dirinya dengan Internet. Kisah terjalin dari ujung barat Indonesia hingga dusun pelosok hutan Kalimantan, penuh inspirasi dan haru biru.

Tonton Sekarang



LINIMASSA 3 (2013)

Rakyat bergerak, menggugat perusak lingkungan hingga aksi perdamaian dan kemanusiaan bagi anak penderita kelainan darah. Internet menjahit suara dan upaya rakyat menjadi kian bermakna.

Tonton Sekarang



LINIMASSA 2 (2012)

Optimisme harus dirawat, bagi pegiat perdamaian, pelaku usaha mikro pun penyandang disabilitas. Internet, pena perjuangan yang pantang mengering, bagi mereka yang tegar dan optimis.

Tonton Sekarang



LINIMASSA 1 (2011)

Gotong royong menyatukan masyarakat Indonesia. Dari melawan korupsi, membantu korban bencana alam hingga membatat ketidakadilan dalam hukum, Internet menjadi penting adanya.

Tonton Sekarang



LENTERAMAYA (2017)

Tantangan merawat demokrasi dan meretas batas toleransi di Internet. Juga tentang pergulatan antara pera penyampai kebaikan dan kebenaran versus penyebar hoax dan radikalisme di dunia maya.

Tonton Sekarang

Tonton / unduh sekarang di: <http://dokumenter.ictwatch.id>

36 MENANG!!

35 Privat adalah Hak Asasi Manusia

34 Mendaftar / memakai media tanpa perhatikan batas usia

33 Pahami "kebijakan privasi" sebelum mendaftar suatu layanan online

32 Tidak / jarang mem-backup data / e-mail yang penting

31 Alamat Twitter Safety Center

30 Transaksi e-banking via sembarang PC publik atau wifi gratis!

29 data dirimu bisa dicuri gara-gara buka situs abal-abal, waspadai

28 Jangan percaya email / situs yang menawarkan mendapatkan dapat uang escara mudah

27 Parental Software (s) bantu ortu / guru dampingi anak di internet

26 Demi gratian di Internet, sembarang input data pribadi

25 Geo-tag(t) aktif saat posting info / foto narsis ke media sosial

24 Filtering / blokir bukan jaminan Internet aman 100% dipakai keluarga

23 Usia gunakan komputer atau media sosial, ingat selalu **lagout!**

22 Wise While Online, Think Before Posting!

21 Laporkan segera kepada guru / orang tua jika tahu / kena cyberbully

20 Internet perlu dikelola bersama oleh multi-stakeholder(s)

19 ID-COP Konsultasikan permasalahan anak era digital di www.id-cop.id

18 Cek kebenaran / manfaat suatu pesan, sebelum disebarluaskan

17 Secara umum, batas usia minimum di media yakni 13 tahun

16 Mengingat dan menyimpan password baik-baik

15 Orang tua yang bijak, dampingi anak di Internet

14 Mengunduh / Install software sembarang atau bajakan

13 Mengunduh / Install software sembarang atau bajakan

12 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

11 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

10 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

9 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

8 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

7 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

6 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

5 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

4 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

3 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

2 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

1 MULAI

1 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

2 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

3 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

4 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

5 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

6 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

7 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

8 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

9 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

10 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

11 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

12 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

13 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

14 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

15 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

16 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

17 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

18 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

19 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

20 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

21 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

22 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

23 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

24 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

25 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

26 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

27 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

28 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

29 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

30 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

31 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

32 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

33 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

34 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

35 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

36 Waspada jika bertemu atau berkomunikasi dengan orang yang baru dikenal!

<http://internetsihat.id> **Indonesia**

Unduh di: <http://s.id/ulartanggaisehat>

Edukasi Luar Ruang

SERI LITERASI DIGITAL

MEDIA SOSIAL

UNTUK ADVOKASI PUBLIK



Editor :
DONNY BU
EDDY PRAYITNO (M)



Terima Kasih

Unduh buku di literasidigital.id

Tonton video di channel YouTube Internet Sehat