



TIM KOORDINASI NASIONAL
KOMUNIKASI PUBLIK TERINTEGRASI
PROGRAM JAMSOS KETENAGAKERJAAN

JAMINAN SOSIAL BIDANG KETENAGAKERJAAN

NEGARA MEMBERIKAN JAMINAN SOSIAL
BAGI PARA PEKERJA DAN PEMBERI KERJA

PROSEDUR STANDARD OPERASIONAL



Januari 2016



TIM KOORDINASI NASIONAL
KOMUNIKASI PUBLIK TERINTEGRASI
PROGRAM JAMSOS KETENAGAKERJAAN



PROSEDUR STANDARD OPERASIONAL



DAFTAR ISI

Kata Pengantar	4
Bab 1	
Pendahuluan	6
Latar Belakang	6
Mengenai Tim Koordinasi Komunikasi Publik Terintegrasi Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan	7
A. Visi Timkor	7
B. Misi Timkor	8
C. Strategi Timkor	8
D. Tugas Timkor	8
E. Fungsi Timkor	9
F. Peran Timkor	9
G. Publik Pemangku Kepentingan (Stakeholder) Timkor	10
Maksud Dan Tujuan Tujuan Prosedur Operasional Standar Komunikasi Publik Terintegrasi	10
1. Maksud	10
2. Tujuan	10
3. Sasaran	11
4. Ruang Lingkup	11
5. Manfaat	11
6. Pengertian Umum	12
Bab 2	
Permasalahan Dan Komunikasi	13
Internalisasi Strategi Komunikasi Publik Terintegrasi Dan Panduan Komunikasi Publik	14
Bab 3	
Tujuan Umum Dan Prinsip Dasar	16
Tujuan Umum	16
Prinsip Dasar	16
Bab 4	
Fokus Pos Komunikasi Publik	19
1. Pencitraan Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan	19
A. Tujuan	19
B. Hasil Yang Diharapkan	19
2. Advokasi Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan	20
A. Tujuan	20
B. Hasil Yang Diharapkan	20

Bab 5	Cakupan Strategi Komunikasi	22
	1. Penetapan Khalayak Sasaran Komunikasi	22
	2. Metode Dan Teknik Komunikasi	23
	A. Advokasi	23
	B. Edukasi	24
	C. Sosialisasi	24
	D. Persuasi	24
	3. Penyusunan Pesan Komunikasi	26
	A. Panduan Penyusunan Pesan	26
	B. Cakupan Isi Pesan	26
	C. Himbauan Pesan	27
	D. Kordinasi Penyampaian Pesan	27
	4. Strategi Penggunaan Saluran Komunikasi	31
	5. Komunikator	32
	Mengenai Komunikasi Krisis	33
	6. Tata Kelola Timkor Dan Proses Pengambilan Keputusan	36
	A. Sistim Komunikasi Terbuka	36
	B. Proses Tata Kelola Dan Pengambilan Keputusan Timkor	38
	7. Monitoring Dan Evaluasi	43
	A. Acuan	43
	B. Metode	43
	C. Indikator Keberhasilan	43
	Sumber Dana	44
Bab 6	Penggunaan Logo/Ikon	45
	A. Untuk Siapa Panduan Ini?	45
	B. Ikon Program	45
	C. Arti Ikon	46
	D. Versi Ikon Standar: Lengkap Dan Tunggal	46
	E. Area Aman	47
	F. Hal Yang Sebaiknya Tidak Dilakukan	48
	G. Penggunaan Logo/Ikon Program	49

KATA PENGANTAR

Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) merupakan program negara yang bertujuan memberikan kepastian perlindungan sosial bagi seluruh penduduk Indonesia. Dengan SJSN, seluruh penduduk diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dasar hidup yang layak apabila terjadi hal-hal yang dapat mengakibatkan hilang atau berkurangnya pendapatan karena menderita sakit, mengalami kecelakaan kerja, memasuki usia lanjut atau pensiun dan meninggal dunia. Program-program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan merupakan konsolidasi dari berbagai program-program perlindungan sosial yang sebelumnya dikelola oleh berbagai badan/lembaga.

Untuk dapat memberikan pemahaman yang tepat, para pemangku kepentingan SJSN terlebih dahulu perlu memahami landasan filosofis, prinsip, tata kelola dan tata laksana penyelenggaraan SJSN secara umum dan jaminan sosial bidang ketenagakerjaan secara khusus agar dapat bertindak sesuai peran dalam lembaga/instansi yang diwakilinya.

Dokumen Pedoman Operasi Standar (POS) Komunikasi Publik Terintegrasi Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan disusun sebagai pedoman bagi Tim Komunikasi Publik Terintegrasi Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan (selanjutnya disebut Timkor) agar memiliki referensi yang sama dalam koordinasi pelaksanaan dan integrasi kebijakan komunikasi publik terintegrasi jaminan sosial bidang ketenagakerjaan. POS disusun dengan pendekatan normatif berbasis peraturan perundangan yang berlaku dan pendekatan pragmatis yang didasarkan pada kebutuhan Timkor. Mengingat keduanya, bersifat dinamis, yaitu memiliki kecenderungan berubah dari waktu ke waktu, maka POS dapat diadaptasikan untuk mengakomodir berbagai perubahan tersebut.

Pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan membutuhkan dukungan dan keterlibatan berbagai pihak. Dukungan dan keterlibatan berbagai pihak tersebut perlu diwujudkan melalui upaya bersama untuk menyamakan pemahaman yang tepat mengenai kebijakan, pengertian, tujuan, manfaat serta prosedur pendaftaran program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan melalui kegiatan komunikasi publik terintegrasi yang efektif. Dengan pemahaman yang akurat mengenai Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan, pelaku komunikasi publik diharapkan dapat membangun pemahaman yang sama serta mampu meluruskan kesalah pahaman yang berkembang seputar peraturan, pelaksanaan program maupun manfaat kepesertaan pada program jaminan sosial.

Melalui pelaksanaan komunikasi publik yang terintegrasi dengan baik, diharapkan seluruh pemangku kepentingan memiliki pengetahuan dan pemahaman yang tepat mengenai program-program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan. Dengan demikian, pemahaman yang kurang tepat maupun disinformasi yang terlanjur beredar di masyarakat dapat dengan secepatnya diluruskan.

Sebagai sebuah panduan, dokumen ini diupayakan dapat memberikan penjelasan tentang berbagai aspek terkait cara menyelenggarakan sosialisasi, edukasi dan advokasi (SEA) program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan sehingga kementerian/lembaga yang terkait dengan pelaksanaan program dan pemangku kepentingan di lapangan dapat bertindak secara padu dengan berpijak pada kerangka kerja komunikasi publik terintegrasi yang sama.

Banyak pihak yang dapat menjadikan POS Komunikasi Publik Terintegrasi ini sebagai panduan, namun yang terutama adalah mereka yang disebut di bawah ini:

- Tim Koordinasi Komunikasi Publik Terintegrasi Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan;
- Kementerian/Lembaga/ Instansi Sektor Pelaksana Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan;
- Mitra Strategis Pelaksana Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan; dan
- Lembaga yang berpartisipasi mendukung pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

POS Komunikasi Publik Terintegrasi Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan ini memiliki dua fokus besar yaitu:

1. Komunikasi Publik Terintegrasi dalam rangka membangun konsolidasi antara pembuat kebijakan dan pelaksana program, dan menggalang dukungan pemangku kepentingan agar program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan dilaksanakan sesuai dengan rencana serta menumbuhkan pemahaman, kesadaran, dan partisipasi aktif pekerja untuk mendaftarkan dirinya menjadi peserta.
2. Komunikasi Publik Terintegrasi dalam rangka pencitraan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan sebagai wujud pertanggungjawaban negara untuk menjamin bahwa pekerja peserta program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan dapat memenuhi kebutuhan dasar hidup yang layak apabila terjadi hal-hal yang dapat mengakibatkan hilang atau berkurangnya pendapatan karena mengalami kecelakaan kerja, memasuki usia lanjut atau pensiun dan meninggal dunia.

Diharapkan, POS Komunikasi Publik Terintegrasi Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan dapat membantu semua pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan. Terbangunnya kesamaan persepsi dalam melaksanakan komunikasi publik diyakini berperan penting mendukung keberhasilan pelaksanaan program.

Kritik dan masukan selalu diharapkan untuk penyempurnaan POS ini.

Tim Penyusun

BAB 1

PENDAHULUAN



Latar Belakang

Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan merupakan program negara yang bertujuan untuk memberikan kepastian perlindungan sosial bagi seluruh pekerja Indonesia. Mengingat kompleksitas ke-empat program jaminan sosial serta pengenalan konsep asuransi sosial yang masih asing bagi sebagian besar pekerja Indonesia, dibutuhkan koordinasi pelaksanaan komunikasi publik oleh Tim Koordinasi Komunikasi Publik Terintegrasi (selanjutnya disingkat Timkor) yang bertanggungjawab memastikan akurasi informasi yang dilansir serta menyelaraskan berbagai upaya penyebaran informasi dan edukasi terkait pelaksanaan program-program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

Selama ini, upaya dan kegiatan mensosialisasikan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan oleh kementerian/lembaga terkait terkesan berjalan sendiri-sendiri. Belum tampak keterpaduan, apalagi keterkaitan kejelasan pesan yang ingin disampaikan dari berbagai upaya sosialisasi yang dilaksanakan. Ditengarai, masih beragam pemahaman antara pembuat kebijakan (pemerintah, yang diwakili oleh Kementerian Tenaga Kerja) baik di tingkat pusat maupun daerah, pemantau pelaksanaan kebijakan (Dewan Jaminan Sosial Nasional, disingkat DJSN) maupun pelaksana program (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan, disingkat BJPS-TK). Perbedaan pemahaman (yang berdampak pada perbedaan pesan yang disampaikan) tentunya berdampak pada efektifitas upaya sosialisasi dan kejelasan pesan yang perlu disampaikan kepada khalayak sasaran program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan. Padahal, pada berbagai instansi pemerintah terkait pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan, terdapat komponen kegiatan yang sama seperti sosialisasi, publikasi, monitoring dan evaluasi yang - jika dibiarkan terus berjalan sendiri-sendiri - berpotensi menjadi sumber inefisiensi dana, waktu dan tenaga karena duplikasi kegiatan maupun kurang tepatnya khalayak sasaran yang dituju.

Memaklumi adanya perbedaan pemahaman dan penguasaan substansi program antara pembuat kebijakan baik di tingkat pusat dan daerah serta kurang terkoordinasinya pesan kunci yang perlu disampaikan mengenai program jaminan sosial ketenagakerjaan, dapat dibayangkan kebingungan yang timbul saat aparat pembuat kebijakan/aparatur negara dihadapkan pada situasi penugasan memberikan pemahaman kepada masyarakat. Tanpa panduan dan perencanaan pentahapan pesan yang perlu disesuaikan dengan khalayak sasaran sosialisasi, bisa jadi, timbul kesan ada inkonsistensi pesan dari satu program/pembicara dengan pesan yang disampaikan program/pembicara yang lain. Hal ini tentunya menimbulkan citra kurang yang menguntungkan bagi kementerian/lembaga terkait dan negara sebagai penyelenggara program jaminan sosial.

Padahal penugasan dan pelaku sosialisasi memiliki tujuan yang sama, yakni meningkatkan pemahaman khalayak sasaran mengenai program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

Karena itu, perencanaan semua kegiatan komunikasi publik jaminan sosial bidang ketenagakerjaan perlu mengacu pada kesatuan panduan.

Organisasi publik dewasa ini menghadapi dua tantangan besar. Pertama, meningkatnya proses transmisi dan pertukaran informasi antar unit di dalam organisasi (internal pull). Kedua, meningkatnya tekanan dari lingkungan eksternal yang menuntut tingkat partisipasi dan transparansi lebih besar dalam pengelolaan pelayanan publik (external push).

Dalam konteks komunikasi publik, profesionalisme komunikasi publik sebagai ujung tombak pengelolaan informasi dapat dibangun melalui peningkatan kapasitas dan kompetensi sumber daya manusia (SDM), penguatan struktur dan infrastruktur komunikasi, sistem dan prosedur, komunikasi organisasi, audit komunikasi, serta manajemen komunikasi krisis, kesemuanya merupakan upaya menciptakan tata kelola komunikasi publik yang baik, sebagai bagian dari tata kelola pemerintahan yang baik.

Salah satu misi Timkor adalah membangun citra dan reputasi positif jaminan sosial bidang ketenagakerjaan, membentuk opini publik yang positif, menampung dan mengolah pesan serta aspirasi masyarakat terkait program dan pelaksanaannya, mengklarifikasi data dan informasi yang berkembang di masyarakat, serta mensosialisasikan kebijakan dan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

POS Komunikasi Publik merupakan panduan dan acuan pelaksanaan pengelolaan komunikasi publik jaminan sosial bidang ketenagakerjaan di lingkungan instansi pemerintah. POS akan menjadi sumber rujukan dalam pembuatan petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis aktivitas pengelolaan komunikasi publik di instansi masing-masing.

Mengenai Tim Koordinasi Komunikasi Publik Terintegrasi Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan

Mengacu pada Keputusan Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Nomor 47 Tahun 2015 tentang Tim Koordinasi Komunikasi Publik Terintegrasi Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan dapat dijabarkan bahwa:

A. Visi Timkor

Visi Timkor adalah terciptanya pengelolaan komunikasi publik (kelembagaan, ketatalaksanaan, dan SDM) yang proporsional, profesional, efektif, dan efisien dalam mendukung pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

B. Misi Timkor

Misi Timkor adalah:

1. Membangun citra dan reputasi positif program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan;

2. Membentuk, meningkatkan, dan memelihara opini positif publik terkait jaminan sosial bidang ketenagakerjaan;
3. Menampung dan mengolah aspirasi masyarakat terkait pelaksanaan jaminan sosial bidang ketenagakerjaan;
4. Mencari, mengklasifikasi, mengklarifikasi, serta menganalisis data dan informasi terkait pelaksanaan jaminan sosial bidang ketenagakerjaan;
5. Mensosialisasikan kebijakan dan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan;
6. Membangun kepercayaan publik (public trust).

C. Strategi Timkor

Strategi Timkor terkait pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan adalah:

1. Membangun hubungan internal dan eksternal yang efektif;
2. Menyelenggarakan pertemuan dan koordinasi antar instansi terkait pelaksanaan komunikasi publik program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan;
3. Menyediakan informasi terkait program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan;
4. Merencanakan dan memfasilitasi pertemuan instansi pemerintah dengan media massa;
5. Mengelola sarana dan prasarana komunikasi publik;
6. Membentuk citra dan reputasi positif instansi pemerintah terkait pelaksanaan komunikasi publik jaminan sosial bidang ketenagakerjaan; dan
7. Mengelola dan memperbarui informasi terkait pelaksanaan komunikasi publik jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

D. Tugas Timkor

Tugas Timkor menurut SK Menteri Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Nomor 47/2015 adalah:

1. Mengintegrasikan seluruh kegiatan komunikasi publik komunikasi publik jaminan sosial bidang ketenagakerjaan dari kementerian/lembaga terkait dengan meningkatkan koordinasi dalam penyebaran informasi tentang yang terencana untuk menciptakan saling pengertian dalam mencapai tujuan dan manfaat bersama;
2. Menyusun rencana kerja, anggaran, fasilitas, dan bahan komunikasi publik terintegrasi jaminan sosial bidang ketenagakerjaan dengan meningkatkan kelancaran arus informasi dan aksesibilitas publik;
3. Melakukan koordinasi pemantauan dan evaluasi terhadap pelaksanaan komunikasi publik terintegrasi jaminan sosial bidang ketenagakerjaan; dan
4. Membangun citra dan reputasi positif jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

E. Fungsi Timkor

Fungsi Timkor adalah

1. Membentuk, meningkatkan, serta memelihara citra dan reputasi positif instansi pemerintah dengan menyediakan informasi tentang kebijakan, program, dan kegiatan jaminan sosial bidang;

2. Menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis;
3. Menjadi penghubung instansi pemerintah dengan publik; dan
4. Melaksanakan fungsi manajemen komunikasi publik, yang meliputi kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian dan antisipasi krisis, serta memberikan masukan dalam pengelolaan informasi terkait jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

F. Peran Timkor

Peran Timkor adalah sebagai:

1. Komunikator

Timkor berperan membuka akses dan saluran komunikasi dua arah, antara instansi pemerintah dan publik, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui sarana dan prasarana komunikasi publik.

2. Fasilitator

Timkor berperan menyerap perkembangan situasi dan aspirasi publik untuk dijadikan masukan bagi pimpinan instansi pemerintah dalam pengambilan putusan.

3. Diseminator

Timkor berperan dalam menyebar luaskan layanan informasi terkait jaminan sosial bidang ketenagakerjaan baik terhadap jajaran internal instansi pemerintah dan publik, baik langsung maupun tidak langsung, mengenai kebijakan dan kegiatan masing-masing instansi pemerintah terkait.

4. Katalisator

Timkor berperan dalam melakukan berbagai pendekatan dan strategi untuk mempengaruhi sikap dan pendapat publik untuk menyelaraskan keberhasilan pelaksanaan jaminan sosial bidang ketenagakerjaan dengan dinamika yang berkembang di masyarakat.

5. Interpretator

Timkor menterjemahkan kebijakan terkait pelaksanaan jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

G. Publik Pemangku Kepentingan (Stakeholder) Timkor

Publik pemangku kepentingan Timkor terdiri dari publik internal dan publik eksternal. Pada keduanya, terdapat elemen pendukung (*proponent*), penentang (*opponent*), mengambang (*uncommitted*), minoritas vokal (*vocal minority*), dan mayoritas pasif (*silent majority*). Publik pemangku kepentingan dapat diberdayakan sebagai mitra Timkor dalam komunikasi publik jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

Maksud dan tujuan tujuan prosedur operasional standar komunikasi publik terintegrasi

1. Maksud

Maksud penyusunan POS Komunikasi Publik adalah menyediakan acuan bagi Timkor dalam membangun dan mengembangkan tata kelola komunikasi publik secara optimal, efektif, dan efisien yang transparan dan akuntabel, serta menjadi acuan dalam pembuatan petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis tata kelola komunikasi publik di lingkungan instansi pemerintah (BPJS-TK DITAMBAHKAN KEMUDIAN, KARENA VISI MISI DAN STRATEGI PEMASARANNYA NYA AGAK BERBEDA?)

2. Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, tujuan disusunnya POS Komunikasi Publik Terintegrasi Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan adalah untuk:

1. Menciptakan kerangka pengelolaan komunikasi publik di lingkungan instansi pemerintah pusat dan daerah secara efektif dan efisien, sesuai dengan prinsip-prinsip tata kelola yang baik;
2. Mengarahkan kementerian/lembaga pelaksana sosialisasi yang tergabung dalam Timkor (atau instansi pemerintah lainnya) bahwa Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) merupakan kerangka kebijakan “payung” bagi program-program jaminan sosial yang terdiri dari program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) di bidang kesehatan dan empat program di bidang ketenagakerjaan yaitu program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), program Jaminan Pensiun (JP), program Jaminan Hari Tua (JHT), dan program Jaminan Kematian (JKm);
3. Memberikan pedoman substansi sosialisasi bahwa tujuan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan adalah untuk melindungi dan mensejahterakan pekerja; dan
4. Memastikan bahwa pelaksanaan komunikasi publik terintegrasi program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan terarah untuk advokasi dan mendorong calon peserta untuk mendaftar sebagai peserta program.

3. Sasaran

Sasaran POS Komunikasi Publik adalah terciptanya alur dan sistem komunikasi yang efektif antar anggota Timkor yang terbuka dan akuntabel, yaitu sistem organisasi yang mampu menerima umpan balik dan masukan dari publik untuk memperbaiki dan memperbarui pesan yang perlu disampaikan melalui komunikasi dua arah.

Melalui POS Komunikasi Publik ini, diharapkan:

- a) Instansi pemerintah mendapatkan rujukan yang dapat disesuaikan dalam mengembangkan sosialisasi program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan di sektornya masing-masing; dan

- b) Tim Koordinasi Komunikasi Publik Terintegrasi Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan dan Dewan Jaminan Sosial Nasional (DJSN) memiliki acuan dalam melakukan monitoring dan mengevaluasi pelaksanaan komunikasi publik program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

4. Ruang Lingkup

Ruang lingkup POS adalah penjabaran prosedur operasional dan tata kelola komunikasi publik Timkor yang meliputi kegiatan analisis situasi (pengumpulan data dan fakta), strategi (perencanaan dan program), implementasi (tindakan dan komunikasi), serta monitoring dan evaluasi (pengukuran hasil).

5. Manfaat

Manfaat Timkor dan tata kelolanya diharapkan dapat mencapai:

1. Peningkatan kualifikasi, kapasitas, dan kompetensi sumber daya manusia (SDM) di kalangan Kementerian/Lembaga yang tergabung dalam Timkor khususnya Bagian Kehumasan;
2. Terbangunnya sistem informasi yang terpadu, tertata, dan terbaharui;
3. Pemanjapan kelembagaan komunikasi publik yang kuat dan memiliki kompetensi dalam merencanakan, menyampaikan, dan menyebarkan luaskan pelayanan informasi yang optimal dan bertanggung jawab;
4. Peningkatan akuntabilitas, pengawasan, dan budaya kerja positif yang berorientasi pada visi dan misi Timkor;
5. Keberlanjutan koordinasi dan sinkronisasi pengelolaan komunikasi publik terintegrasi; dan
6. Terwujudnya hubungan baik antar kementerian/lembaga, terjalinnya kebersamaan antar instansi pemerintah, serta adanya keseimbangan arus informasi dari dan kepada masyarakat.

6. Pengertian Umum

1. Instansi pemerintah adalah kementerian negara, lembaga pemerintah nonkementerian (LPNK), lembaga nonstruktural (LNS), sekretariat lembaga tinggi negara dan lembaga negara, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten, dan pemerintah kota.
2. Komunikasi publik adalah usaha yang sengaja dilakukan dan direncanakan secara berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara lembaga dan institusi dengan publiknya.
3. Tim Koordinasi Komunikasi Publik Terintegrasi Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan, untuk selanjutnya disebut Timkor, terdiri dari perwakilan kementerian negara dan Lembaga Pemerintah Non Kementerian (LPNK) yang melakukan fungsi manajemen

informasi dan komunikasi publik yang persuasif, efektif, dan efisien, untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik melalui berbagai sarana komunikasi publik dan kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi jaminan sosial bidang ketenagakerjaan yang positif.

4. Lembaga humas adalah unit organisasi dalam instansi pemerintah yang melakukan fungsi manajemen informasi dan komunikasi kepada publik.
5. Tata kelola Timkor adalah proses yang meliputi kegiatan melaksanakan analisis situasi (pengumpulan data dan fakta), menjalankan strategi (perencanaan dan program), implementasi (tindakan dan komunikasi), serta melakukan evaluasi (pengukuran hasil) jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

BAB 2

PERMASALAHAN DAN KOMUNIKASI



Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) mengamanahkan bahwa SJSN merupakan program negara yang bertujuan memberi kepastian perlindungan dan kesejahteraan sosial bagi seluruh penduduk.

Ini artinya ada perubahan paradigma dalam penyelenggaraan jaminan sosial yaitu:

- Dari merespon masalah dan kebutuhan pemberi kerja terhadap tenaga kerja yang mempunyai keahlian dan produktifitas tinggi menjadi pemenuhan hak seluruh penduduk.
- Dari pengaturan oleh berbagai peraturan perundang-undangan untuk tiap-tiap kelompok masyarakat menjadi pengaturan oleh satu dasar hukum jaminan sosial yang memberikan perlindungan dasar dan menjamin kesamaan hak dan kewajiban bagi seluruh penduduk.
- Dari penyelenggaraan oleh bada usaha pro-laba menjadi penyelenggaraan oleh badan hukum publik nirlaba.

Sementara Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) mengamanahkan pembentukan dua BPJS yaitu BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan.

Berdasarkan kedua produk perundang-undangan ini, penyelenggaraan jaminan sosial khususnya bagi pekerja, mengalami perubahan dari semula dilaksanakan oleh PT. Jamsostek (Persero) selanjutnya bertransformasi menjadi BPJS Ketenagakerjaan yang merupakan Badan Hukum Publik dibawah Presiden Republik Indonesia.

Perubahan paradigma dan kewajiban penduduk untuk mendaftar menjadi peserta jaminan sosial yang terjadi ini perlu dikomunikasikan secara tepat dan luas agar publik dapat memahami adanya perubahan pada PT Jamsostek (Persero) menjadi BPJS-TK, baik dari sisi kelembagaan, program maupun manfaat yang dikelola. Disamping itu, untuk meningkatkan cakupan perlindungan yang semakin luas, maka upaya sosialisasi juga perlu diarahkan untuk meningkatkan kesadaran publik (terutama pekerja) untuk mendapatkan perlindungan jaminan sosial.

Berbagai lembaga/instansi terkait pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan umumnya sudah memiliki dan melaksanakan program-program sosialisasinya. Untuk mensinergikan pelaksanaan berbagai program sosialisasi terkait pelaksanaan jaminan sosial bidang ketenagakerjaan, diperlukan langkah konsolidasi agar semua upaya tersebut secara kolektif efektif dalam mencitrakan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan. Ditengarai, kegiatan sosialisasi oleh masing-masing instansi pemerintah terkait pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan juga belum mendorong semangat “gerakan bersama” dari khalayak sasaran maupun para pihak lainnya untuk aktif mendukung pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan (yang dapat diukur dari peningkatan jumlah peserta).

Evaluasi singkat pelaksanaan sosialisasi program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan yang dilaksanakan bersama oleh Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (TNP2K) dan Bank Dunia pada medio Oktober 2015, menyimpulkan bahwa:

1. Kurangnya penjelasan secara gamblang mengenai prinsip dasar program jaminan sosial yang juga tercermin dari kesimpang-siuran pemberitaan mengenai berbagai program;
2. Pemberitaan terkait jaminan sosial bidang ketenagakerjaan didominasi isu kontroversi aturan Jaminan Hari Tua (JHT) dan Jaminan Pensiun (JP)
3. Sosialisasi semata dilakukan oleh BPJS-TK tanpa upaya pro-aktif dari pemangku kepentingan lainnya untuk menggiring isu ke arah yang lebih fokus dan konstruktif;
4. Perlu dipertimbangkan perbaikan penyampaian pesan kunci, isu, dan metode dan materi sosialisasi.

Untuk itu, diperlukan konsolidasi konten yang akan disampaikan serta identifikasi isu kritis terkait pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan agar dapat menimbulkan efek yang sinergis.

Internalisasi Strategi Komunikasi Publik Terintegrasi dan Panduan Komunikasi Publik

Agar program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan dapat dipahami dengan baik oleh segenap pejabat dan karyawan di lingkungan Kementerian/Lembaga/Instansi terkait pelaksanaan jaminan sosial bidang ketenagakerjaan, diperlukan koordinasi, perencanaan dan pelaksanaan komunikasi publik terintegrasi yang efektif.

Internalisasi strategi komunikasi publik terintegrasi program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan yang diemban Timkor mencakup:

1. Mendapatkan dukungan politis pimpinan Kementerian/Lembaga/Instansi terkait pentingnya program komunikasi publik terintegrasi yang dikonsolidasikan pelaksanaannya oleh Timkor komunikasi publik terintegrasi program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan;
2. Mendapatkan dukungan politis dari segenap pejabat Eselon I dan II melalui rapat koordinasi dengan pengarahan langsung dari Ketua Timkor;
3. Memberikan pemahaman dan penjelasan kepada pejabat dan karyawan di lingkungan Kementerian/Lembaga/Instansi melalui lokakarya, seminar atau bimbingan teknis agar menjadi mampu untuk mendukung identifikasi, perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan komunikasi publik.
4. Menyediakan berbagai media komunikasi publik, termasuk materi paparan dasar (dalam format PPT), leaflet, poster, CD multi media, dan sebagainya, serta mendistribusikan

prototipe/media tersebut kepada (setidaknya) mitra dalam jaringan koordinasi Kemenkominfo (bakohumas, media center) dan kantor cabang BPJS Ketenagakerjaan serta memastikan bahwa semua materi komunikasi publik produksi Timkor telah diunggah dan dapat diunduh dari situs K/L terkait Timkor;

5. Menghimbau jaringan kemitraan dalam koordinasi Kemenkominfo untuk memasang materi cetak (poster/baliho) dan elektronik (running text, video, edutainment, link website) program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan pada papan-papan pengumuman dan menyediakan leaflet program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan pada tempat layanan publik.

BAB 3

TUJUAN UMUM DAN PRINSIP DASAR PUBLIK



Tujuan Umum

Mengacu kepada analisis situasi dan pelaksanaan komunikasi/sosialisasi selama ini, maka dalam rangka pencitraan positif program dan menggalang dukungan terhadap pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan, digaris bawahi tujuan pelaksanaan komunikasi publik terintegrasi adalah sebagai berikut:

1. Membangun pemahaman instansi pemerintah bahwa program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan merupakan konsolidasi program-program perlindungan pekerja dan/atau asuransi sosial yang berwawasan jangka menengah - panjang;
2. Membangun pemahaman dan komitmen para pemangku kepentingan untuk mensukseskan pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan; dan
3. Membangun kesadaran dan pemahaman publik bahwa program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan adalah program negara yang bertujuan untuk memberikan perlindungan sosial bagi seluruh pekerja.

Dari perspektif peserta program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan, tujuan komunikasi publik adalah sebagai berikut:

Menyebarkan informasi yang akurat dan mudah dipahami mengenai falsafah program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan, tata cara/proses pendaftaran menjadi peserta dan sanksi yang dikenakan jika tidak terdaftar sesuai peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Prinsip Dasar

a. Konsolidasi Brand Positioning program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

Berhubung program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan mencakup empat program perlindungan tenaga kerja yang dikelola oleh BPJS Ketenagakerjaan, diperlukan adanya brand positioning yang mewakili ciri umum dari ke-empat program. Dalam pencitraan yang dibangun, BPJS-TK merupakan bagian yang integral dalam pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan. Berikut ringkasan ke-empat program yang bertujuan agar peserta dapat memenuhi kebutuhan dasar hidup layak apabila terjadi hal-hal yang dapat mengakibatkan hilang atau berkurangnya pendapatan karena mengalami kecelakaan kerja, memasuki usia lanjut atau pensiun dan meninggal dunia berikut ikon visualnya.

Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK): Manfaat berupa uang tunai dan/atau pelayanan kesehatan yang diberikan pada saat peserta mengalami kecelakaan kerja atau penyakit yang disebabkan oleh lingkungan kerja.

Jaminan Hari Tua (JHT): Manfaat uang tunai yang dibayarkan sekaligus pada saat peserta memasuki usia pensiun, meninggal dunia, atau mengalami cacat total tetap.

Jaminan Pensiun (JP): Bertujuan untuk mempertahankan derajat kehidupan yang layak bagi peserta dan/atau ahli warisnya dengan memberikan penghasilan setelah peserta memasuki usia pensiun, mengalami cacat total tetap, atau meninggal dunia.

Jaminan Kematian (JKm): Manfaat uang tunai yang diberikan kepada ahli waris ketika peserta meninggal dunia bukan akibat kecelakaan kerja.

b. Konsolidasi konten. Mengingat ke-empat program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan merupakan konsep jaminan/asuransi sosial yang masih “asing” bagi sebagian besar pekerja dan calon peserta, maka disamping dikembangkan konten yang umum mengenai konsep jaminan/asuransi sosial yang diselenggarakan oleh negara, perlu dikembangkan juga materi teknis namun mudah dipahami yang berkaitan dengan manfaat, syarat, dan ketentuan dari masing-masing program.

c. Konsolidasi rencana dan kegiatan komunikasi publik yang terintegrasi.

Dalam penyelenggaraan komunikasi publik terintegrasi program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan, diperlukan konsolidasi yang mencakup tiga aspek, yaitu institusi penyelenggara, wilayah dan khalayak sasaran.

- Konsolidasi yang berkaitan dengan institusi penyelenggara meliputi konsolidasi rencana dan kegiatan dari instansi pemerintah yang akan melaksanakan kegiatan komunikasi publik ke wilayah yang sama. Artinya dalam melaksanakan komunikasi publik terintegrasi, diperlukan perencanaan dan kerjasama sehingga pelaksanaan kegiatan komunikasi publik tidak membingungkan khalayak sasaran kegiatan komunikasi publik.
- Konsolidasi wilayah prioritas komunikasi publik yang meliputi kabupaten/kota, provinsi maupun tingkat nasional. Kendati ada banyak kesamaan sasaran komunikasi di berbagai wilayah nusantara, tidak tertutup kemungkinan teridentifikasi khalayak sasaran dengan kebutuhan khusus dan tujuan yang berbeda. Perlu juga diprioritaskan khalayak Pekerja Penerima Upah di Kawasan Industri dan di wilayah potensi Pekerja Bukan Penerima Upah sebagai sasaran komunikasi publik.

Untuk itu, dibutuhkan konsolidasi operasional yang konkret di semua tingkatan tersebut, sehingga kegiatan komunikasi publik senantiasa menghasilkan pencitraan yang sama, dan berdampak pada meningkatnya kepesertaan untuk mensukseskan pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

- Konsolidasi operasional pelaksanaan sosialisasi terhadap pekerja dan pemberi kerja (serta penerima upah dan bukan penerima upah?). Konsolidasi diperlukan agar sosialisasi dapat lebih terfokus dan saling mendukung. Untuk itu, sosialisasi dilakukan selain dengan menyampaikan materi yang sifatnya umum tentang pengertian, manfaat dan kewajiban untuk menjadi peserta program, juga memberikan motivasi bagi pemberi kerja dan pekerja bukan penerima upah untuk mendaftar pada program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan. Sementara sosialisasi kepada masyarakat umum diarahkan agar masyarakat memahami dan mendukung program ini.

BAB 4

FOKUS POS KOMUNIKASI



Strategi dan POS komunikasi publik terintegrasi disusun untuk memfokuskan upaya pencitraan positif program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan dan BPJS-TK sebagai pelaksana program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

Secara umum, tujuan pencitraan positif adalah untuk membangun persepsi yang sama di antara perangkat pemerintahan di tingkat pusat dan daerah, baik eksekutif maupun legislatif, media massa, pengusaha dan industri, perguruan tinggi, organisasi kemasyarakatan, serta masyarakat secara umum bahwa program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan merupakan program negara yang bertujuan untuk memberikan kepastian perlindungan sosial bagi seluruh pekerja Indonesia.

Advokasi bertujuan untuk menciptakan kondisi agar pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan mendapatkan dukungan dari seluruh tataran pelaksana program, didukung oleh pemahaman yang tepat dari para pemangku kepentingan yang pada gilirannya dapat membantu menyebar luaskan himbauan untuk menjadi peserta program.

Fokus pertama selanjutnya disebut Pencitraan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan dan fokus kedua disebut sebagai Advokasi program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan, dengan tujuan dan sasaran sebagai berikut:

1. PENCITRAAN PROGRAM JAMINAN SOSIAL BIDANG KETENAGAKERJAAN

a. Tujuan

- Membentuk identitas program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan sebagai program negara yang bertujuan untuk memberikan kepastian perlindungan sosial bagi seluruh pekerja Indonesia.
- Membangun kesadaran dan pemahaman pembuat kebijakan dan penyelenggara program mengenai perlunya mengkoordinasikan dan mengintegrasikan kegiatan komunikasi publik jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.
- Membangun kesadaran dan pemahaman para pemangku kepentingan bahwa program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan membutuhkan komitmen, dukungan dan keterlibatan berbagai pihak.
- Membangun kesadaran dan pemahaman publik bahwa program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan merupakan program negara yang bertujuan untuk memberikan kepastian perlindungan sosial bagi seluruh pekerja.

b. Hasil yang Diharapkan

- Dikenalnya program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan dan BPJS Ketenagakerjaan sebagai pelaksana program negara yang bertujuan memberikan kepastian perlindungan sosial bagi seluruh pekerja.

- Tumbuhnya kesadaran para pelaksana program di tingkat sektoral dan daerah bahwa komunikasi publik terkait program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan perlu mengacu pada Panduan Pelaksanaan Komunikasi Publik Terintegrasi program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.
- Terbangunnya kesadaran dan pemahaman pemangku kepentingan, bahwa program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan merupakan program negara yang bertujuan memberikan kepastian perlindungan sosial bagi seluruh pekerja. Untuk itu, dibutuhkan dukungan berbagai pihak untuk meningkatkan kepesertaan aktif.

2. ADVOKASI PROGRAM JAMINAN SOSIAL BIDANG KETENAGAKERJAAN

a. Tujuan

- Meningkatkan komitmen penyelenggara program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan untuk berkonsolidasi, baik di tingkat perencanaan maupun pelaksanaan kegiatan komunikasi publik di lapangan.
- Membangun dan meningkatkan komitmen para pemangku kepentingan untuk mendukung konsistensi pelaksanaan komunikasi publik program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.
- Mengembangkan kesadaran dan pemahaman asuransi/jaminan sosial yang merupakan manfaat dasar/pasti dari program-program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.
- Mendorong tumbuhnya partisipasi pemberi kerja dan pekerja dalam kepesertaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

b. Hasil yang Diharapkan

- Terkonsolidasinya rencana dan kegiatan komunikasi publik program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan yang melibatkan ketiga unsur pesan kunci: falsafah, kebijakan pemerintah, dan administrasi program.
- Terbangunnya kemitraan dengan pemerintah daerah, mitra strategis, perguruan tinggi, lembaga swadaya masyarakat, kelompok peduli dan dunia usaha untuk menyebarluaskan dan meningkatkan kepesertaan pada program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.
- Dipahaminya program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan berikut manfaat dan prosedur/tata cara pendaftaran oleh pekerja/calon anggota program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan serta sanksi yang akan diterapkan terkait mendapatkan pelayanan publik tertentu.

Kedua fokus komunikasi publik ini meskipun menggunakan template strategi komunikasi yang sama namun akan melibatkan penekanan elemen- elemen komunikasi yang berbeda sebagaimana tercermin dalam cakupan dan pola pelaksanaan strategi komunikasi berikut.

BAB 5

CAKUPAN STRATEGI KOMUNIKASI



Cakupan strategi komunikasi meliputi tujuh aspek pokok berikut; penetapan khalayak sasaran, metode komunikasi, pesan komunikasi, penggunaan saluran, penetapan komunikator, tata kelola dan pengambilan keputusan serta monitoring dan evaluasi.

1. PENETAPAN KHALAYAK SASARAN KOMUNIKASI

Pada dasarnya sasaran strategi komunikasi meliputi:

a. Instansi terkait pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan

Sebagai regulator, pelaksana dan pegawawas pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan, diperlukan pemahaman dan komitmen untuk terlibat dan dalam pelaksanaan komunikasi publik program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan sesuai tugas dan fungsi masing-masing kementerian/lembaga di setiap tingkat administrasi. Kelompok sasaran secara detil sudah disebutkan pada bagian awal (dan dapat dilihat pada bagian identifikasi publik sasaran Timkor) yang akan menjadi bagian integral dari seluruh kegiatan komunikasi publik terintegrasi program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

b. Pemangku kepentingan (stakeholder)

Pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan membutuhkan dukungan dari berbagai pihak diantaranya:

1. Lembaga yang mendukung dari aspek kebijakan seperti DPR, DPRD, Pemerintah Daerah;
2. Dunia Usaha/Dunia Industri (DUDI) atau Asosiasi Profesi/Serikat Pekerja yang berpotensi mendukung upaya memperluas kepesertaan; dan
3. Pihak-pihak yang memberikan dukungan publik dari kelompok peduli seperti Lembaga Swadaya Masyarakat, Organisasi Kemasyarakatan, Perguruan Tinggi atau kelompok peduli lainnya.

c. Pekerja/Calon Angkatan Kerja

Sebagai peserta/calon peserta program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan, dibutuhkan pemahaman, pengertian dan kesadaran yang tinggi untuk mendaftarkan diri menjadi peserta program. Hanya melalui peningkatan kepesertaan dalam program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan, keberlangsungan program dapat terjamin.

d. Publik

Publik dapat diidentifikasi dan diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Publik internal: meliputi pimpinan dan karyawan instansi pemerintah terkait jaminan sosial bidang ketenagakerjaan;
2. Publik eksternal: lembaga pemerintah, yaitu sesama instansi pemerintah pusat dan daerah;
3. Publik eksternal primer:

4. Publik eksternal sekunder:
 - a. Mitra instansi pemerintah pusat dan daerah;
 - b. Media massa (mediacetak, elektronik, dan on-line);
 - c. Lembaga lainnya.
5. Publik eksternal tersier: komunitas yang berada di luar instansi, tetapi mempunyai pengaruh menekan yang perlu diperhatikan:
 - a. Komunitas, yaitu masyarakat yang terkena dampak kebijakan jaminan sosial bidang ketenagakerjaan;
 - b. Lembaga swadaya masyarakat, lembaga kemasyarakatan, lembaga sosial budaya, serta lembaga-lembaga kemasyarakatan lainnya.
6. Publik pendukung (*proponent*): publik yang menerima atau sejalan dengan kebijakan jaminan sosial bidang ketenagakerjaan;
7. Publik penentang (*opponent*): publik yang menolak atau tidak sejalan dengan kebijakan pemerintah;
8. Publik mengambang (*uncommitted*), meliputi publik yang tidak memiliki sikap yang jelas (mudah berubah dan terpengaruh) terhadap kebijakan pemerintah;
9. Publik minoritas vokal (*vocal minority*), yang meliputi publik yang jumlahnya kecil, tetapi lantang dalam menyuarakan pendapatnya;
10. Publik mayoritas pasif (*silent majority*), yang meliputi publik yang jumlahnya besar, tetapi tidak menyatakan pendapatnya secara terbuka.

2. METODE DAN TEKNIK KOMUNIKASI

Komunikasi Publik Terintegrasi Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan dilakukan dengan empat teknik berikut: Advokasi, Edukasi, Persuasi, dan Penyebaran Informasi (sosialisasi). Keempat teknik ini dalam penerapannya saling terkait satu sama lain.

a. Advokasi

Advokasi dilakukan dengan tujuan membangun kepedulian dan komitmen para pemangku kebijakan dan pelaksana program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

Dengan demikian, para pengambil keputusan dan pelaksana memiliki pemahaman yang sama mengenai isu kritis terkait program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan serta berkomitmen untuk sepenuhnya mendukung pelaksanaan program dengan tidak menyampaikan informasi yang bertentangan dengan kebijakan yang telah disepakati atau tengah disusun.

Membangun komitmen diarahkan kepada para penentu kebijakan dan pengambil keputusan di tingkat pusat dan daerah serta kesediaan untuk menggalang dukungan dari instansi terkait termasuk DPR baik di pusat maupun di daerah dengan harapan terjadi proses keberlanjutan dan perluasan kepesertaan di setiap daerah.

b. Edukasi

Edukasi merupakan proses pembelajaran yang diarahkan pada perubahan sikap dan perilaku dari penerima informasi melalui penyebaran informasi, persuasi, dan edukasi secara terus menerus.

Tujuan edukasi adalah membangun pemahaman. Hal lain yang penting dari kegiatan edukasi adalah memberikan keterampilan praktis kepada khalayak sasaran dalam merancang program, menyusun proposal hingga membuat laporan pelaksanaan kegiatan komunikasi publik program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan. Pesan yang akan disampaikan seyogyanya menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti sehingga khalayak sasaran dengan mudah dapat memahami tujuan dan kegiatan program sehingga termotivasi untuk berpartisipasi dengan mendaftar menjadi peserta. Edukasi mengenai program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan dapat diberikan langsung dalam bentuk pelatihan dan bimbingan teknis.

c. Sosialisasi

Sosialisasi sebagaimana dikenal adalah penyampaian/penyebar luasan informasi secara masif dan intensif kepada khalayak sasaran dengan menggunakan berbagai saluran komunikasi seperti media massa, media luar ruang dan bahan cetakan seperti leaflet, poster dan booklet. Tujuan sosialisasi adalah untuk membangun pemahaman yang tepat oleh khalayak sasaran tentang prinsip dasar, program, manfaat, syarat dan ketentuan kepesertaan serta tata cara /prosedur pendaftaran sehingga khalayak sasaran memiliki pemahaman yang tepat dan memadai untuk mendaftar menjadi anggota program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

d. Persuasi

Pendekatan persuasi program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan pada prinsipnya terkait erat dengan tindakan penyebaran informasi sebagaimana diuraikan pada poin a di atas. Bedanya dalam kegiatan persuasi tujuan utama yang ingin dicapai adalah untuk membangun keberpihakan, dukungan dan ketertarikan khalayak sasaran terhadap program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan. Khalayak sasaran persuasi adalah sektor informal, calon pekerja (mahasiswa tingkat akhir), kelompok peduli dan pemerintah daerah. Melalui pendekatan persuasi, diupayakan untuk menggerakkan khalayak sasaran agar melakukan tercerahkan untuk mendaftarkan diri menjadi peserta program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan. Metode persuasi diterapkan dengan pendekatan berbasis komunitas yang memungkinkan interaksi langsung antara pelaksana program jaminan sosial dengan khalayak sasaran penerima manfaat dan kelompok peduli lainnya.

Tabel 1 - Pemilihan Metode Komunikasi

Khayalak Sasaran	Tujuan	Teknik
Fokus: Pendidikan		
Pelaksana Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan	Membangun kesamaan dan pemahaman visi, prinsip dalam mewujudkan konsolidasi program	Edukasi Persuasi Sosialisasi
Pemangku kepentingan/DPRD/Pemda	Membangun citra positif Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan dan BPJS Ketenagakerjaan sebagai pelaksana	Sosialisasi Persuasi
Angkatan kerja	Menggambarkan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan sebagai kepastian perlindungan sosial yang diselenggarakan oleh negara. Melalui keanggotaan program, peserta diyakinkan dapat memenuhi kebutuhan hidup yang layak apabila terjadi hal-hal yang dapat mengakibatkan hilang atau berkurangnya pendapatan karena mengalami kecelakaan kerja, memasuki usia lanjut atau pensiun dan meninggal dunia.	Sosialisasi Persuasi
Fokus: Advokasi		
Pemangku kepentingan	Membangun dukungan dan komitmen untuk mensukseskan pelaksanaan program, memperluas cakupan kepesertaan.	Sosialisasi Persuasi Advokasi
Komunikator	Membangun pemahaman, rasa mampu untuk menyampaikan informasi terkait program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.	Persuasi Edukasi

2. METODE DAN TEKNIK KOMUNIKASI

Komunikasi Publik Terintegrasi Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan dilakukan dengan empat teknik berikut: Advokasi, Edukasi, Persuasi, dan Penyebaran Informasi (sosialisasi). Keempat teknik ini dalam penerapannya saling terkait satu sama lain.

a. Advokasi

Advokasi dilakukan dengan tujuan membangun kepedulian dan komitmen para pemangku kebijakan dan pelaksana program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

3. PENYUSUNAN PESAN KOMUNIKASI

Strategi komunikasi berkaitan dengan penyusunan pesan mencakup isi pesan, himbuan dan organisasi pesan sebagai berikut:

a. Panduan penyusunan pesan

- Penyusunan berbagai bentuk pesan hendaknya memperhatikan aspek-aspek berikut :
- Formulasi pesan kunci termasuk tagline harus disajikan secara sama dan konsisten secara nasional.
- Formulasi /penyusunan pesan segmentatif (segmented messages) perlu memperhatikan karakteristik khalayak sasaran termasuk aspek budaya lokal.
- Pesan diarahkan untuk membangkitkan pemahaman dan kebutuhan khalayak akan manfaat program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan
- Pesan disampaikan dalam bahasa yang mudah dipahami
- Apabila pesan dapat disajikan lebih ringkas, pilihlah formulasi pesan paling ringkas.
- Pesan disampaikan secara verbal dan visual bergantung media yang dijadikan saluran
- Pesan harus memberikan jalan keluar bagi pemenuhan kebutuhan informasi khalayak sasaran terkait program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan, manfaat dan tata cara pendaftaran peserta.

b. Cakupan Isi Pesan

- Isi pesan merupakan bagian pokok dari materi komunikasi publik terintegrasi program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan yang implementasinya dapat bersifat pesan umum dan khusus. Pesan umum berlaku untuk keseluruhan kategori khalayak sasaran, sedangkan pesan khusus menekankan pada aspek tertentu sesuai fokus strategi komunikasi kepada kategori khalayak spesifik. Pada dasarnya pilihan untuk isi pesan umum dan khusus mencakup hal-hal berikut:
- Pesan yang disampaikan mencakup kebijakan, pengertian, tujuan, manfaat,

mekanisme dan prosedur pendaftaran kepesertaan pada program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan agar terbangun pemahaman, dukungan dan pendaftaran sebagai anggota program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

- Uraian mengenai ketentuan, tata cara pendaftaran, besarnya iuran dan manfaat program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan
- Pesan dalam bentuk testimoni penerima manfaat (?) yang telah menjadi peserta program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan
- Pada prinsipnya pengemasan disesuaikan dengan karakteristik khalayak sasaran serta media yang digunakan.
- Pesan motivatif yang mendorong dan membangkitkan pemahaman pekerja dan pemberi kerja untuk mendaftar sebagai anggota program jaminan sosial.
- Pesan penyadaran tentang sanksi terhadap pekerja yang tidak terdaftar sebagai peserta program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.
- Pesan yang merangkum implementasi SJSN sebagai kerangka kebijakan negara yang terdiri dari program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan dan jaminan sosial kesehatan sebagai wujud tanggung jawab negara terhadap warga negara

c. Himbauan pesan

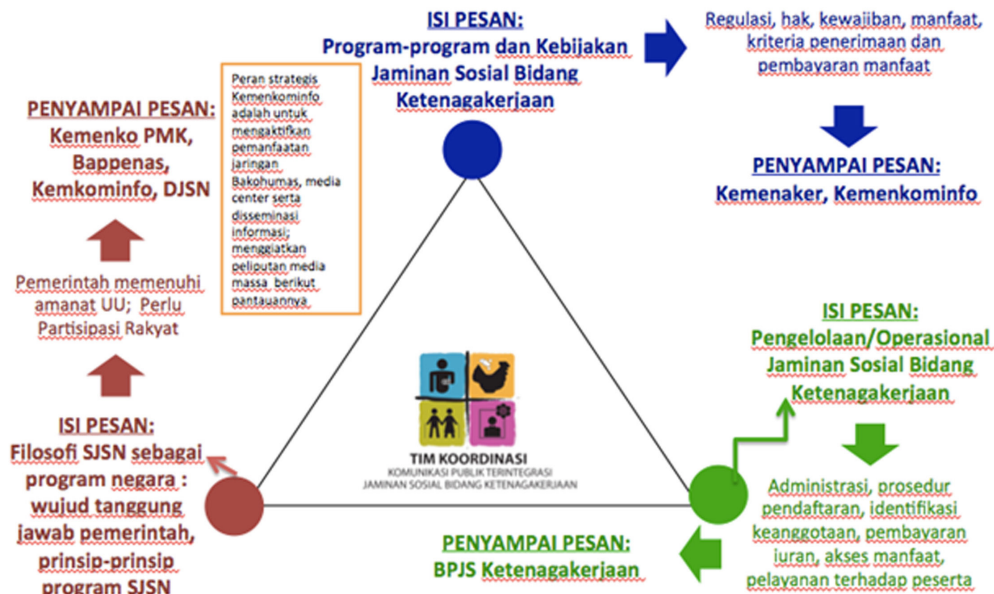
Konstruksi/bentuk pesan dapat dilakukan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut:

- Pendekatan rasional yang menekankan pada data, logika, dan fakta-fakta sasaran lainnya tentang perlunya peran serta masyarakat (pekerja) untuk mensukseskan pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan;
- Pendekatan emosional yang menggugah kesadaran dan pemahaman pekerja untuk menjadi peserta program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan;
- Pendekatan sosial (menekankan pentingnya prinsip gotong royong dalam konsep penyelenggaraan program jaminan sosial oleh negara),
- Pendekatan ekonomi (berkaitan dengan pesan-pesan asuransi sosial untuk mempersiapkan kebutuhan dasar hidup yang layak apabila terjadi hal-hal yang dapat mengakibatkan hilang atau berkurangnya pendapatan karena mengalami kecelakaan kerja, memasuki usia lanjut atau pensiun dan meninggal dunia.
- Pendekatan budaya (pentingnya menjunjung prinsip gotong royong mendukung program negara mensejahterakan seluruh pekerja tanpa mencari keuntungan/nirlaba).

d. Kordinasi penyampaian pesan

Agar pesan dapat mencapai dan dipahami oleh khalayak sasaran secara efektif, perlu selalu dilakukan koordinasi mengenai ketepatan dan akurasi isi pesan yang perlu disampaikan melalui pilihan berbagai saluran kepada khalayak yang telah disepakati.

KESATUAN PESAN DAN PERAN INSTITUSI DALAM KOMUNIKASI PUBLIK TERINTEGRASI PROGRAM JAMINAN SOSIAL BIDANG KETENAGAKERJAAN



- Pesan-pesan pokok yang disampaikan oleh berbagai tingkatan penyampai pesan mengenai program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan harus dipastikan mengandung muatan pesan yang sama sebagaimana ditetapkan dalam cakupan isi pesan Strategi Komunikasi Publik Terintegrasi Program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan.
- Elemen-elemen seperti karakteristik pembawa pesan, logo, slogan, tema-tema pokok pesan (uraian tentang program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan, manfaat, besarnya iuran atau fakta-fakta kunci lainnya) perlu dikordinasikan secara tepat dan disampaikan dengan cara/ bentuk yang sama (single voice). Logo program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan mutlak digunakan dalam berbagai produk komunikasi publik. Petunjuk Penggunaan Logo dapat dilihat pada bab 6.
- Kesesuaian pesan dan saluran yang digunakan akan ditetapkan dan didiskusikan secara berkala dalam rapat kerja Timkor.
- Variasi isi pesan berdasarkan karakteristik demografis, geografis ataupun psikografis harus merujuk pada pesan-pesan kunci yang ditetapkan dalam pokok isi pesan komunikasi publik program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan. Penetapan waktu, pemilihan tokoh, dan pemilihan saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan harus dikoordinasikan dalam rapat Timkor.
- Penetapan waktu, pemilihan tokoh, dan pemilihan saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan harus dikoordinasikan dalam rapat Timkor baik pada tingkat nasional/lokal.

Tabel 2 - Strategi Pesan Komunikasi

Jenis Khalayak		Aspek- aspek Pesan		
	Isi Pesan	Himbauan Pesan	Koordinasi Isi Pesan	Koordinasi Penyampaian Pesan
Khalayak Pencitraan				
Pelaksana Program	Program Jaminan sosial adalah program negara yang berlaku nasional Tekanan perlunya kohesi antar pelaksana di tingkat pusat dan daerah	Rasional	✓ Variasi Isi pesan sesuai karakteristik khalayak ✓ Konsistensi tema-tema pokok	✓ Formulasi dan penyampaian pesan pokok dengan cara yang sama ✓ Waktu, endorser dan saluran yang dipilih untuk menyampaikan pesan perlu dikoordinasikan
Pemangku kepentingan, DPR, DPRD, Pemda, Dunia Usaha/Dunia Industri, Serikat Buruh/Serikat Pekerja,	Menegaskan Program Jaminan Sosial sebagai program negara Menegaskan perlunya komitmen bersama Menegaskan butuh koordinasi	Rasional	✓ Variasi Isi pesan sesuai karakteristik khalayak ✓ Konsistensi tema-tema pokok	Waktu, endorser dan saluran yang dipilih untuk menyampaikan pesan perlu dikoordinasikan
Pekerja Umum	Melalui kebersamaan dan kemandirian membangun kesejahteraan	Emosional/ rasional	Mencerminkan tema-tema program	Formulasi pesan pokok yang generik, dengan endorser pelaku (duta?)
Khalayak Advokasi				
Penerima Manfaat Program Jaminan Sosial	Membangkitkan kesadaran dan kebutuhan menjadi peserta Jamsos Bidang Ketenagakerjaan	Emosional, Sosial, Budaya dan Rasional	✓ Variasikan Isi pesan sesuai karakteristik khalayak ✓ Konsistensi tema-tema pokok	✓ Waktu, endorser dan saluran yang dipilih untuk menyampaikan pesan perlu dikoordinasikan ✓ Pesan segmentatif disesuaikan

Tabel 2 - Strategi Pesan Komunikasi (Lanjutan)

Jenis Khalayak		Aspek- aspek Pesan		
	Isi Pesan	Himbauan Pesan	Koordinasi Isi Pesan	Koordinasi Penyampelan Pesan
				dengan karakteristik khalayak
Pemangku kepentingan	✓ Perlu kepedulian dan kemitraan ✓ Mari dukung dan bekerja sama	Emosional dan rasional	✓ Variasikan isi pesan sesuai karakteristik khalayak ✓ Konsistensi tema-tema pokok	Menyampaikan pesan kunci dengan cara yang sama
Pemda/DPRD	✓ Dukungan kebijakan, komitmen dan koordinasi ✓ Kalikan pesan dengan situasi dan kondisi setempat	Emosional dan rasional	✓ Variasikan isi pesan sesuai karakteristik khalayak ✓ Konsistensi tema-tema pokok	Menyampaikan pesan kunci dengan cara yang sama

4. STRATEGI PENGGUNAAN SALURAN KOMUNIKASI

Untuk meningkatkan efektifitas penyampaian pesan pada khalayak yang beragam maka perlu digunakan berbagai saluran komunikasi meliputi saluran personal, media tradisional dan media massa serta media sosial/daring (berbasis internet). Saluran komunikasi personal dan media tradisional (below the line) dapat dimanfaatkan untuk mengajak khalayak sasaran untuk mendaftar menjadi peserta jaminan sosial bidang ketenagakerjaan dan mensukseskan pelaksanaannya. Sementara saluran media massa (above the line) dan media sosial/daring dapat dimanfaatkan untuk membangun kepedulian pemangku kepentingan untuk mensukseskan pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

Tabel 3 - Saluran Komunikasi

Saluran	Khalayak Pencitraan	Khalayak Advokasi
Komunikasi personal/kelompok ✓ pelatihan ✓ ceramah ✓ diskusi forum warga ✓ <i>focus group discussion</i> ✓ kelompok profesi ✓ kunjungan pada tokoh masyarakat		✓ Tokoh masyarakat, peserta penerima manfaat ✓ kelompok peduli
Rapat Koordinasi Komunikasi Publik Terintegrasi		Pengambil kebijakan, pelaksana program untuk menyamakan persepsi terkait substansi dan perkembangan terbaru.
Leaflet dan booklet serta buku Pedoman Umum dan kelengkapannya		Peserta, pelaksana program, pemangku kepentingan
Media pertunjukan rakyat	Publik	
Media Penyiaran (TV dan Radio): <i>talkshow</i> dan pemberitaan	Publik	Pemangku kepentingan
Media luar ruang (spanduk, poster, billboard, videotron)	Publik	Peserta
Radio Komunitas	Publik	Peserta
Media Sosial	Publik	Peserta
Media daring	Publik	Pemangku kepentingan
Media Visit	Publik	Pemangku kepentingan

5. KOMUNIKATOR

Seleksi komunikator atau pembawa pesan (messenger) program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan harus didasarkan kredibilitas (keahlian, pengalaman, dapat dipercaya) dan akseptabilitas (kedekatan/dapat diterima) pembawa pesan oleh khalayak.

- Para pembawa pesan perlu menyesuaikan dengan khalayak sasaran dan saluran yang akan digunakan.
- Untuk mengukuhkan identitas dan citra program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan, diperlukan endorser tingkat nasional (presiden, menteri atau

tokoh nasional yang dihormati masyarakat)

- Untuk mengaktivasi diperlukan endorser dari perwakilan dunia usaha/dunia industri, serikat pekerja, ekonom/tokoh masyarakat yang netral dan dapat diterima berbagai pihak)
- Pemilihan pembawa pesan senantiasa mempertimbangkan karakteristik khalayak sasaran sehingga pesan dapat disampaikan dan diterima dengan efektif.

Penyampaian informasi kepada media massa/pers merupakan wewenang:

- a. Menteri;
- b. Pejabat Eselon I sesuai dengan bidang kewenangan masing-masing;
- c. Pimpinan Pusat/Divisi Komunikasi Publik;
- d. Pimpinan unit kerja struktural yang bertanggung jawab di bidang komunikasi publik pada Direktorat Jenderal, Badan, dan unit kerja lainnya, sesuai dengan struktur organisasi dan lingkup kewenangan teknis dan operasional masing-masing dan mereka yang telah mendapatkan pendelegasian dari eselon I terkait.

Tabel 4- Komunikator Komunikasi Publik Program Jaminan Sosial

Penyampai Pesan	Rasionalisasi	Khalayak Sasaran Pencitraan	Khalayak Sasaran Advokasi
Tokoh Masyarakat (tokoh) termasuk tokoh informal	Tokoh berpengaruh pada lingkungannya Khalayak kerap berpaling untuk referensi opini/sikap	Pelaksana program	Peserta
Peserta penerima manfaat	Contoh nyata testimonial/pengalaman manfaat	Pelaksana Program	Peserta
Penyelenggara Negara	Memiliki kekuasaan dan otoritas untuk dipatuhi	Pengambil keputusan, pelaksana program	Pemangku kepentingan dan penerima manfaat

Mengenai Komunikasi Krisis

1. TIMKOR wajib memprediksi dan mendeteksi dampak kebijakan, peristiwa, berita dan informasi yang diperkirakan dapat mengarah pada timbulnya krisis bagi reputasi dan kepercayaan terhadap organisasi serta kelangsungan penyelenggaraan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.
2. Unit TIMKOR wajib menyusun strategi komunikasi atau langkah lainnya guna mengantisipasi kemungkinan dan mengatasi terjadinya krisis.
3. Dalam hal diprediksi akan terjadi krisis sebagaimana, pelaporan perkembangan dampak kebijakan, peristiwa, berita dan informasi dilakukan sebagai berikut;
 - a. Bagi unit pelaksana teknis Direktorat Jenderal atau Badan melaporkan kepada unit kerja struktural yang bertanggung jawab di bidang komunikasi publik (kehumasan) pada DIRJEN atau Badan;
 - b. Bagi unit kerja struktural yang bertanggung jawab di bidang komunikasi publik (kehumasan) pada Irjen, Dirjen, Badan melaporkan kepada Timkor.
4. Dalam hal eskalasi krisis mengarah ke tingkat makro strategis yaitu lintas sektoral dan berdampak/berskala nasional, maka koordinasi kegiatan komunikasi publik diambil alih dan dilaksanakan oleh Timkor.

Dalam hal penanganan krisis terkait dengan, perlu dilakukan pembagian tugas khususnya terkait dengan penyampaian informasi kepada masyarakat:

 - a. Penyampaian informasi yang bersifat umum oleh Presiden/Wakil Presiden/Menteri;
 - b. Penyampaian informasi terkait teknis operasional oleh Dirjen terkait;
 - c. Penyampaian informasi terkait ... oleh ...

Integrasi elemen-elemen komunikasi publik yang terintegrasi dibutuhkan dalam operasionalisasi strategi komunikasi publik yang terintegrasi kepada berbagai khalayak sasaran komunikasi. Pencitraan merupakan faktor utama dan menjadi awal dari tumbuhnya proses dukungan dan partisipasi.

Komunikasi Publik program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan baik dengan metode informasi, persuasi, advokasi dan edukasi bisa dilaksanakan oleh Timkor atau instansi pemerintah lainnya terkait pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan untuk mensukseskan pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

Dalam implementasinya, setiap langkah operasional dalam menetapkan khalayak sasaran atau target komunikasi, perlu dikoordinasikan dengan Timkor yang akan membantu memastikan bahwa pesan, saluran dan pilihan komunikator dapat dilakukan dengan efektif dan tepat sasaran.

Tabel 5 - Integrasi Elemen Komunikasi

Khalayak Sasaran	Metode/Fokus	Pesan	Saluran/ Instrumen	Pembawa Pesan	Institusi Pelaksana
Pelaksana Program (K/L, Instansi Sektoral, Timkor)	Advokasi, Edukasi (fokus pencitraan program)	Pemahaman program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan, pemahaman konsep komunikasi publik terintegrasi	Buku panduan, buku saku, media cetak, multi-media (VGR), lokakarya, FGD	Pejabat pemerintah, pakar	Timkor
Pelaksana tingkat daerah	Advokasi, Edukasi, Sosialisasi	✓ Pemahaman program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan ✓ Metode edukasi dan sosialisasi	Lokakarya, FGD dengan dukungan: materi komunikasi publik (pedoman, <i>leaflet</i> , buku saku tanya-jawab, multimedia)	Penanggung jawab program didukung Timkor Komunikasi Publik Terintegrasi	K/L/Instansi sektoral didukung Timkor
Pemda/DPRD	Advokasi/Sosialisasi	Pemahaman program, ajakan berpartisipasi, dukungan kebijakan dan fasilitasi	Lokakarya, FGD dengan dukungan materi komunikasi publik (pedoman, <i>leaflet</i> , buku saku tanya-jawab, multimedia)	Pejabat pemerintah, pakar	K/L/Instansi sektoral didukung Timkor
Perguruan Tinggi/Tokoh Masyarakat, Dunia Usaha/Industri	Advokasi, Sosialisasi	Pemahaman program, ajakan berpartisipasi dan mencermati pelaksanaannya	Lokakarya, FGD dengan dukungan materi komunikasi publik (pedoman, <i>leaflet</i> , buku saku tanya-jawab, multimedia)	Pejabat pemerintah, peserta program	K/L/Instansi sektoral didukung Timkor
Pekerja	Sosialisasi	Pencitraan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan sebagai program negara	ILM (radio dan tv), materi komunikasi publik: media luar ruang, pelatihan dan media visit, liputan media massa terkait kegiatan dan program jaminan sosial, buzz and blogger di media sosial.	Tokoh masyarakat, duta, pakar, pejabat pemerintah.	Timkor

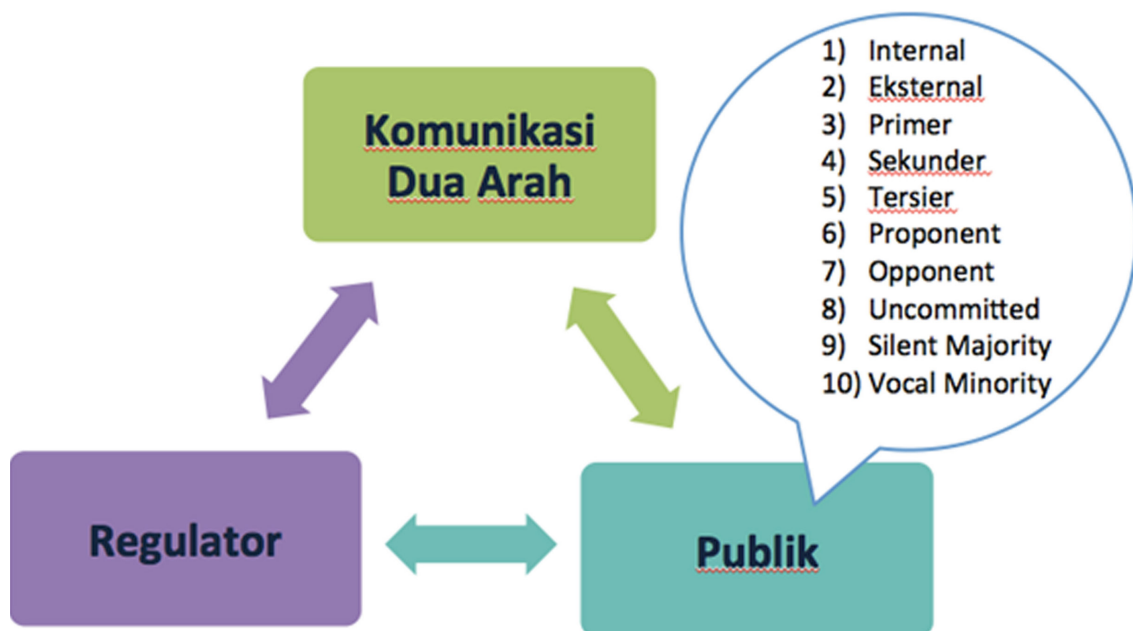
Tabel 5 - Integrasi Elemen Komunikasi (Lanjutan)

Khalayak Sasaran	Metode/Fokus	Pesan	Saluran/ Instrumen	Pembawa Pesan	Institusi Pelaksana
Media Massa	Advokasi	Tanggung jawab dan peran media massa mendukung pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan	Konferensi pers, Pelatihan/diskusi Media, <i>media relations</i>	Pejabat pemerintah, pakar	Timkor
Calon peserta	Sosialisasi	Manfaat dan iuran program Administrasi	Materi Komunikasi publik (brosur, leaflet, media luar ruang)	Duta, tokoh masyarakat, pakar, pejabat pemerintah	K/L/Instansi sektoral didukung Timkor

6. Tata Kelola Timkor Dan Proses Pengambilan Keputusan

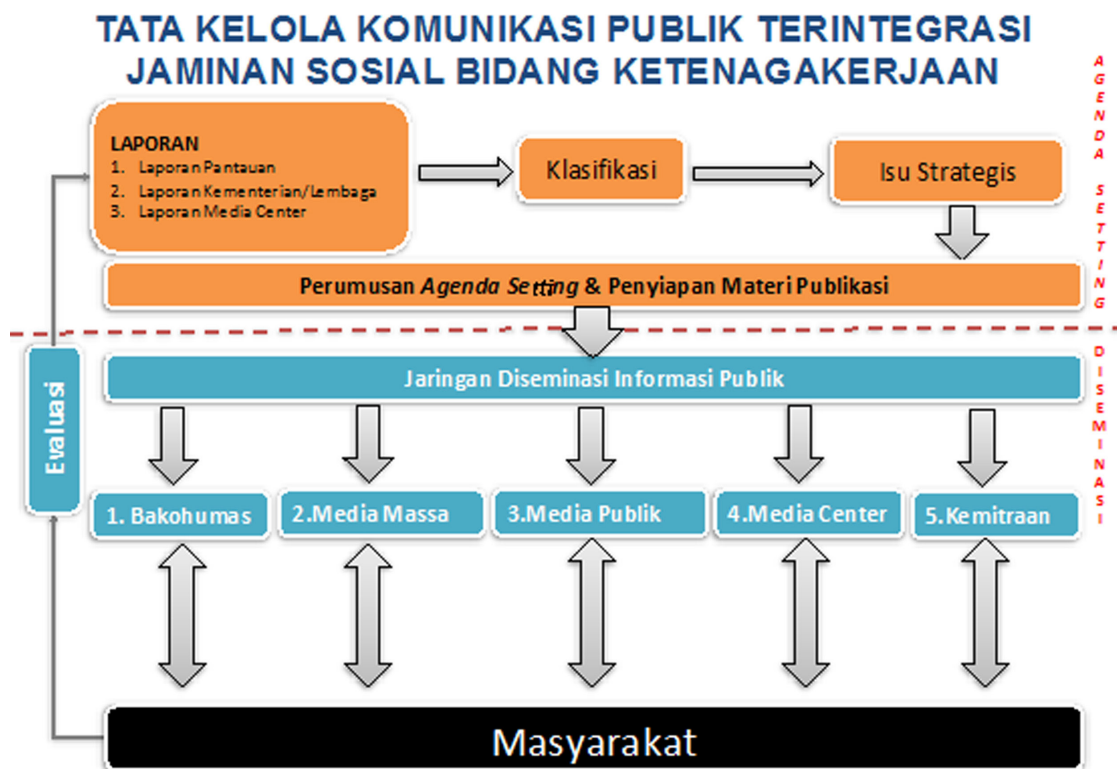
a. Sistem Komunikasi Terbuka

Tata kelola Timkor menganut asas komunikasi publik dalam sistem komunikasi terbuka (komunikasi dua arah yang mampu mendengarkan umpan balik dari publik) sebagai berikut :



Ada dua saluran yang mendasari pengembangan isu strategis dan pesan komunikasi publik terintegrasi program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan. Pertama adalah

klasifikasi isu berdasarkan laporan pemantauan media dan kedua berdasarkan masukan dari Kementerian/Lembaga dan pemangku kepentingan terkait pelaksanaan program-program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan. Klasifikasi isu dapat dilakukan dengan cara *framing* (seleksi isu, cara menonjolkan fakta, yang akan disampaikan kepada publik) dan *priming* (menentukan waktu yang tepat untuk melansir tahapan pesan yang telah disepakati kepada publik). Setelah isu terklasifikasi berdasarkan urgensi prioritas dan relevansi penyampaian kepada publik, barulah dirumuskan agenda setting serta identifikasi kebutuhan substansi (data dan fakta) sebagai konten pendukung materi informasi publik untuk menjelaskan isu strategis yang dimaksud. Klasifikasi isu strategis (khusus untuk pemantauan media massa mengacu pada analisa konten, kekerapan, dan tone pemberitaan media massa) dikoordinasi oleh Kemenkominfo.

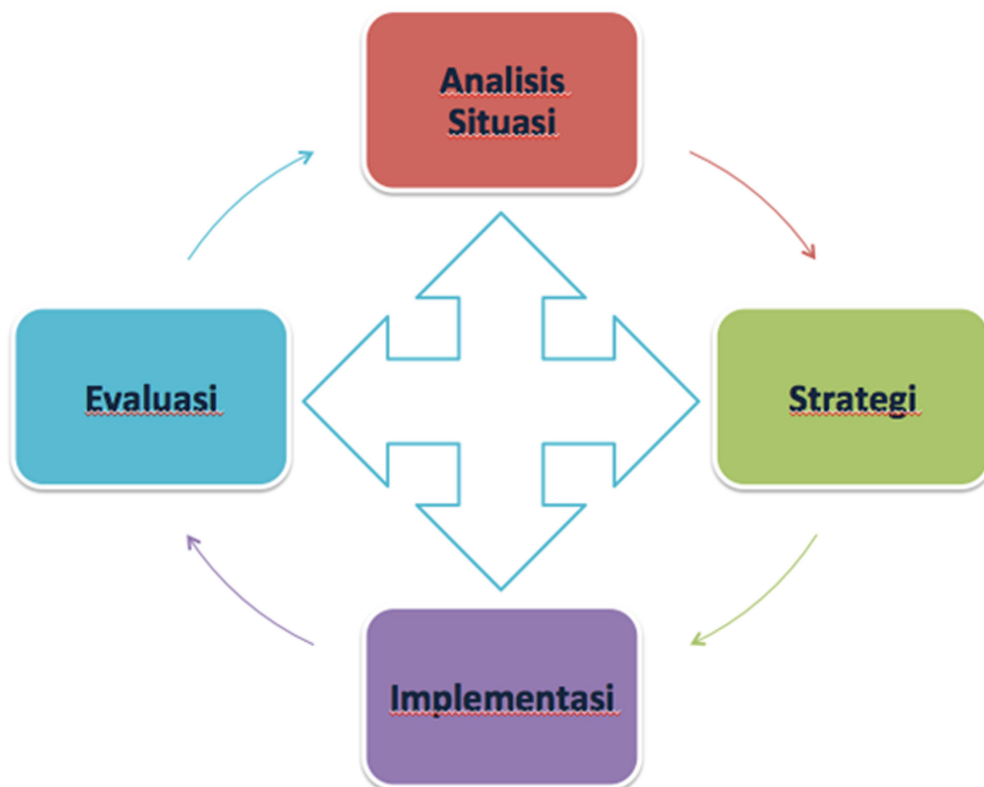


Pemanfaatan jaringan diseminasi dapat diaktivasi seketika Kementerian/ Lembaga siap melakukan advokasi, edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat melalui enam media dalam struktur Kemenkominfo, yaitu Badan Komunikasi Hubungan Masyarakat (Bakohumas), Media Massa, Media Publik, Media Center, dan jaringan Kemitraan (misalnya ormas, PT, DUDI, assosiasi profesi, asosiasi telko, pusat layanan informasi). Tata kelola ini terus berulang hingga ada perubahan yang disampaikan oleh Timkor.

b. Proses Tata Kelola dan Pengambilan Keputusan Timkor

Tata kelola Timkor merupakan proses yang berkelanjutan. Sebagaimana telah disampaikan di atas, tahap awal dimulai dengan pengumpulan data dan fakta, yang dilanjutkan dengan perencanaan dan pengambilan putusan untuk menghasilkan program kehumasan selama periode tertentu.

Selanjutnya, dilaksanakan kegiatan Timkor yang direncanakan dan dikomunikasikan secara terpadu. Selama pelaksanaan kegiatan, dilakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala serta modifikasi untuk perbaikan berkelanjutan.



Rincian tahapan tata kelola Timkor adalah sebagai berikut.

1. Analisis Situasi

a. Acuan

Analisis situasi adalah pengumpulan data dan fakta yang merupakan usaha untuk memperoleh fakta dan data, serta mengembangkan prinsip-prinsip (menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran) dengan cara formal dan nonformal.

Cara formal dapat dilakukan diantaranya melalui penelitian dengan metode survei, kuesioner, wawancara mendalam, diskusi kelompok terarah, dan lainnya. Data selanjutnya, diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode ilmiah untuk menghasilkan kesimpulan dan rekomendasi.

Cara nonformal dilakukan dengan cara mendengarkan, mengumpulkan, mencatat, dan menganalisis data (informasi dan keterangan) serta dikerjakan dengan sistematis.

Mendengarkan adalah proses memahami, mengingat, dan menginterpretasi informasi yang didengar dengan sebaik-baiknya dengan tujuan untuk meningkatkan efektivitas berkomunikasi, memberikan respons, serta mengambil putusan yang cepat dan tepat.

Analisis situasi baik dengan cara formal maupun nonformal dilakukan untuk memperoleh kesimpulan dan rekomendasi yang akurat, konsisten, dan dapat dipercaya, yang penting bagi bahan perencanaan dan pengambilan putusan.

b. Metode

Metode yang dapat digunakan untuk melakukan analisis situasi adalah sebagai berikut.

1. Metode Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dilakukan dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari metode kuantifikasi.

Penelitian kualitatif menggunakan deskripsi dan kategori dalam wujud kata-kata, seperti wawancara terbuka, wawancara mendalam, observasi, diskusi kelompok fokus (focus group discussion/FGD), lokakarya (workshop), analisis dokumen, studi kasus, serta kajian-kajian yang mendukung obyek penelitian.

Penelitian kualitatif dalam tata kelola komunikasi publik meliputi

- a. Penelitian terhadap kredibilitas dan reputasi instansi pemerintah di mata publik;
- b. Penelitian terhadap sistem komunikasi terbuka (hubungan instansi pemerintah dengan publik);

- c. Penelitian terhadap mekanisme kerja, struktur organisasi dan kelembagaan Timkor;
- d. Penelitian terhadap efektivitas komunikasi publik yang telah berjalan;
- e. Penelitian terhadap kecepatan dan ketepatan penanganan krisis;
- f. Penelitian terhadap hasil audit komunikasi.

2. Metode Penelitian Kuantitatif

Metode kuantitatif menggunakan angka-angka dan data statistik, seperti eksperimen, kajian korelasi menggunakan survei dan observasi terstandar, tabulasi dan perhitungan tabel serta diagram, simulasi, dan data sekunder serta pendukung.

Penelitian kuantitatif dalam komunikasi publik meliputi

- a. Penelitian terhadap perkembangan peringkat instansi dalam pelayanan jaminan sosial bidang ketenagakerjaan;
- b. Penelitian terhadap peningkatan dan penurunan jumlah keluhan masyarakat; dan
- c. Penelitian terhadap jumlah, proporsi, dan kategorisasi isu yang beredar di tengah masyarakat.

c. Masukan, Keluaran, dan Manfaat (*Input, Output, dan Outcome*)

Kegiatan analisis situasi yang dilakukan secara benar dimulai dengan menghimpun data dan masukan yang akan menghasilkan gambaran kondisi nyata pada saat ini yang menyeluruh dan prediksi kondisi yang akan datang, serta pemanfaatan hasil sehingga bermanfaat dalam membantu proses perencanaan komunikasi publik yang optimal, efektif, dan efisien.

d. Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan proses analisis situasi, antara lain terpantaunya isu secara cepat dan akurat, terpetakannya permasalahan yang berkembang dalam publik, dan terhimpunnya informasi yang dibutuhkan untuk perencanaan program tepat sasaran.

3. Strategi (Perencanaan dan Program)

a. Acuan

Perencanaan merupakan tahap lanjutan dari analisis situasi yang berisi langkah-langkah kegiatan komunikasi publik yang akan dilaksanakan. Perencanaan dilakukan secara berkesinambungan berdasarkan hasil analisis situasi dan evaluasi perkembangan pelaksanaan jaminan sosial bidang ketenagakerjaan sebelumnya dengan audit komunikasi untuk menghasilkan program komunikasi

publik yang terukur dan dapat dipertanggungjawabkan. Sepanjang diperlukan, dilakukan koordinasi dengan lembaga-lembaga mitra dalam rangka penyusunan program komunikasi publik terintegrasi jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

b. Metode

Timkor dapat memakai metode pencapaian kesepakatan bersama (brainstorming and consensus building) untuk menyusun program komunikasi publik terintegrasi jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

Penyusunan program komunikasi publik meliputi proses:

1. Pemanfaatan hasil telitian kualitatif dan/atau kuantitatif;
2. Perumusan masalah;
3. Formulasi tujuan dan strategi program;
4. Rincian dan rencana eksekusi program;
5. Jadwal waktu dan penggunaan sumber daya;
6. Rincian anggaran;
7. Metode pemantauan dan evaluasi.

c. Masukan, Keluaran, dan Manfaat (*Input, Output, dan Outcome*)

Kegiatan perencanaan dimulai dengan analisis situasi dengan mengumpulkan data dan masukan, untuk menghasilkan gambaran kondisi nyata pada saat ini yang menyeluruh dan prediksi kondisi yang akan datang, serta pemanfaatan hasil sehingga bermanfaat dalam membantu proses perencanaan secara optimal, efektif, dan efisien.

Kegiatan perencanaan yang baik akan menghasilkan program komunikasi publik terintegrasi jaminan sosial bidang ketenagakerjaan yang tepat sasaran.

d. Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan proses perencanaan, antara lain kepastian pelaksanaan, ketepatan waktu, kejelasan anggaran dan biaya, jumlah dan kompetensi sumber daya manusia, serta sarana dan prasarana.

4. Implementasi (Tindakan dan Komunikasi)

a. Acuan

Tindakan adalah implementasi dan pelaksanaan kegiatan perencanaan program yang telah dilakukan. Pelaksanaan kegiatan tersebut harus mengacu kepada perencanaan agar strategi, eksekusi, waktu, biaya, dan penggunaan sumber daya dapat berjalan sesuai dengan rencana sehingga tujuan program yang telah ditetapkan dapat tercapai.

Komunikasi publik adalah penyampaian pesan kepada publik sasaran tentang program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan yang sedang dan akan dilaksanakan sehingga publik sasaran dapat memahami, mendukung, dan berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan.

b. Metode

Timkor dapat memakai memanfaatkan komunikasi, antara lain tatap muka, diskusi, seminar, lokakarya, pameran, promosi keliling (roadshow), debat publik, temu wicara, rapat kerja, siaran berita, temu media, dan kunjungan media serta metode lain yang sesuai dengan situasi dan kondisi setempat, antara lain studio radio daerah (sturada), radio komunitas, dan pemanfaatan perangkat seni budaya.

c. Masukan, Keluaran, dan Manfaat (Input, Output, dan Outcome)

Kegiatan tindakan dan komunikasi publik yang baik dimulai dengan menghimpun data yang akan menghasilkan harmonisasi hubungan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan dengan publik sasaran, terciptanya citra dan reputasi positif Timkor pemerintah, partisipasi aktif publik, kepercayaan publik terhadap program negara dan instansi pemerintah, serta pelaksanaan kegiatan yang dikoordinasi Timkor sesuai dengan program secara efektif dan efisien.

d. Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan proses komunikasi dan tindakan, antara lain terlaksananya program komunikasi publik terintegrasi jaminan sosial bidang ketenagakerjaan sesuai dengan rencana dan terciptanya komunikasi dua arah timbal-balik antara instansi pemerintah dan publik sasaran.

7. Monitoring Dan Evaluasi

a. Acuan

Pelaksanaan kegiatan Timkor perlu dipantau, dievaluasi, dan dimodifikasi secara reguler, periodik, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, perlu dibuat secara jelas program, aktivitas, strategi, tujuan, keluaran, hasil, dan manfaat yang diinginkan. Perlu dibedakan antara mengukur keluaran komunikasi publik, yang biasanya berjangka pendek:

1. Output (seperti jumlah liputan/kliping media); dengan
2. Outcome yang lebih luas cakupannya dan berdampak lebih besar (siapa saja yang menerima pesan, memperhatikan pesan, dapat mengingat pesan, dan apakah program berhasil mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku tertentu).

Hasil evaluasi akan digunakan sebagai acuan dan masukan dalam modifikasi penyusunan program Timkor berikutnya.

b. Metode

Ada tiga jenis pengukuran atau evaluasi yang dapat dipertimbangkan yaitu masukan, keluaran, dan hasil/manfaat.

1. Pengukuran Masukan (Input)

Mengukur seberapa baik instansi menampilkan dirinya pada publik, serta jumlah umpan balik yang diterima instansi tersebut.

2. Pengukuran Keluaran dan Hasil (Output)

Mengukur apakah publik sasaran benar-benar menerima pesan yang dikirim, memahami pesan, dan mampu mengingat, serta melaksanakan pesan tersebut.

3. Pengukuran Manfaat (Outcome)

Mengukur apakah program komunikasi publik yang dilakukan menghasilkan perubahan pengetahuan, sikap, perilaku publik, dan manfaat sebagaimana yang diharapkan.

c. Masukan, Keluaran, dan Manfaat (Input, Output, dan Outcome)

Kegiatan pemantauan dan evaluasi terhadap masukan, keluaran dan manfaat akan menghasilkan umpan balik yang sangat penting dalam memperbaiki dan meningkatkan kinerja Timkor di masa yang akan datang.

d. Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan proses pemantauan, evaluasi, dan modifikasi, antara lain terciptanya proses berkesinambungan yang terfokus bagi kelanjutan program kehumasan yang akan datang, berkurangnya penyimpangan pelaksanaan program.

Sumber Dana

Dukungan pembiayaan kegiatan komunikasi publik program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan bisa berasal dari institusi yang menyelenggarakan program komunikasi dan sosialisasi, Anggaran diperoleh dari APBN, APBD, dan dari partisipasi dunia usaha sebagai CSR (???). Pola pertanggungjawaban penggunaan anggaran mengacu pada peraturan dan perundangan yang berlaku.

BAB 6

PENGGUNAAN LOGO/IKON



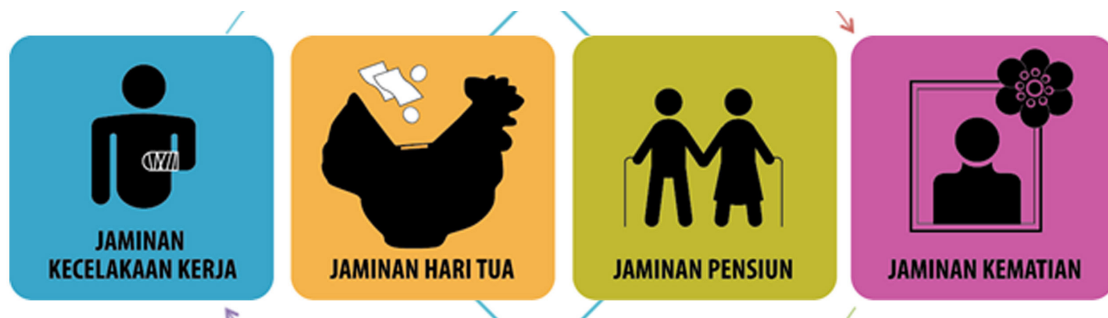
A. Untuk Siapa Panduan Ini?

Panduan ini terdiri dari instruksi lengkap dan contoh-contoh penggunaan ikon program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan yang dapat digunakan oleh pihak-pihak yang terkait dengan pelaksanaan program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan.

Semua materi komunikasi publik program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan wajib menampilkan piktogram program-program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan (untuk disesuaikan pemanfaatannya).

Tenaga desain profesional yang mengerjakan semua materi komunikasi publik Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan mengikuti ketentuan “Panduan Penggunaan Visual” ini secara jelas dan konsisten.

B. Ikon Program



Ke-empat ikon di atas merupakan suatu kesatuan dan merupakan materi visual utama untuk menggambarkan identitas program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan.

Penjelasan selanjutnya dalam panduan ini berisi ketentuan dalam menampilkan dan menggunakan ikon program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan untuk menguatkan citra program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan Mandiri secara konsisten dan efektif.

C. Arti Ikon

Ikon (gambar sederhana sebagai pelambang) ke-empat program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan terkait dengan maksud dan tujuan dari masing-masing program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan yaitu

1. Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK)
2. Jaminan Hari Tua (JHT)
3. Jaminan Pensiun (JP)
4. Jaminan Kematian (JKm)

Pemilihan warna ikon mengandung arti sebagai berikut :

Biru melambangkan pelayanan publik,

Oranye melambangkan keamanan

Hijau daun melambangkan kesejahteraan,

Ungu melambangkan belasungkawa

Secara keseluruhan warna-warna pada logo mengandung arti bahwa program-program jaminan sosial bertujuan untuk memberikan layanan terbaik bagi peserta berupa kepastian perlindungan agar peserta agar dapat memenuhi kebutuhan dasar hidup yang layak apabila terjadi hal-hal yang mengakibatkan hilang atau berkurangnya pendapatan karena mengalami kecelakaan kerja, memasuki usia lanjut atau pensiun dan meninggal dunia.

D. Versi Ikon Standar: Lengkap Dan Tunggal

Ada 2 versi ikon Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan penempatan ikon. Yang pertama adalah versi lengkap yang menjajarkan ke-empat ikon. Versi kedua adalah versi tunggal ikon program jaminan sosial yang menyesuaikan dengan konteks pemanfaatan ikon.

Ketentuan dasar mengenai pemanfaatan ikon Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan adalah sebagai berikut:

- Pastikan Anda menggunakan ikon versi standar yang benar.
- Ikon harus selalu ditampilkan dalam warna dan jenis huruf yang sudah ditentukan.
- Ikon hanya dapat diperbesar dan diperkecil secara proporsional.

Berikut ini adalah warna dan proporsi ikon Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan:

			
JAMINAN KECELAKAAN KERJA	JAMINAN HARI TUA	JAMINAN Pensiun	JAMINAN KEMATIAN
Cyan (C) : 69 Magenta (M) : 18 Yellow (Y) : 13 Black (K) : 0	Cyan (C) : 3 Magenta (M) : 32 Yellow (Y) : 82 Black (K) : 0	Cyan (C) : 29 Magenta (M) : 18 Yellow (Y) : 100 Black (K) : 0	Cyan (C) : 18 Magenta (M) : 78 Yellow (Y) : 0 Black (K) : 0

Proporsi ukuran ikon Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan adalah sebagai berikut:

- Panjang (a): 16,4 cm
- Lebar (b)= 4 cm



E. Versi Hitam-Putih

Selain piktogram standar, ada versi lain yang bisa digunakan, yaitu piktogram versi hitam putih. Versi hitam putih (atau grayscale) dapat digunakan jika menggunakan mesin cetak/ printer hitam-putih

F. Area Aman

Untuk memaksimalkan efek yang dihasilkan dari penggunaan ikon Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan, penempatan ikon harus dipastikan berada di dalam area aman. Area aman adalah wilayah di sekitar ikon yang sebaiknya tidak diisi atau disentuh oleh tulisan atau elemen lain sehingga ikon tetap terlihat dengan jelas.

Penjelasan area aman ikon lengkap Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan:

a = panjang ikon

b = lebar ikon

x = 1/4 dari panjang logo (a)

y = 1/4 dari lebar logo (b)

Penjelasan area aman ikon tunggal Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan:

a = panjang ikon

b = lebar ikon

x = 1/2 dari panjang logo (a)

y = 1/2 dari lebar logo (b)



G. Hal yang Sebaiknya Tidak Dilakukan

Berikut ini adalah beberapa hal yang sebaiknya tidak dilakukan dalam penggunaan ikon program Jaminan Sosial Bidang Ketenagakerjaan.

1. Mengubah ikon
2. Memperbesar atau memperkecil ikon secara tidak proporsional
3. Meletakkan tulisan di dalam area aman
4. Meletakkan ikon diatas latar belakang yang rumit. Pastikan ikon dapat terlihat dengan jelas.
5. Menggunakan ikon berulang kali sebagai dekorasi/penghias
6. Mengubah warna ikon di luar versi standar
7. Mengubah jenis ikon

H. Penggunaan Logo/Ikon Program

Peletakan ikon yang konsisten akan menciptakan pencitraan visual yang kuat. Untuk itu, dalam panduan ini, ikon program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan diletakkan secara konsisten di tengah-tengah bagian atas pada bidang muka media cetak.

Semua materi komunikasi publik program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan harus menampilkan ikon program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan dengan warna dan ukuran yang tepat, serta diletakkan dengan memperhitungkan area aman.

Seringkali, ikon program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan harus ditempatkan dalam suatu materi bersama dengan logo-logo atau nama program lain. Berikut contoh-contoh penggunaan lain ikon program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan i sebagai bahan rujukan.

Berikut ini adalah beberapa contoh penggunaan logo pada beberapa media.

1. Contoh Penggunaan Logo pada Sampul Muka Buku, Poster, Brosur, dan Materi Komunikasi Publik lain.
 - a. Contoh ini menunjukkan peletakan tunggal ikon program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan yang harus diletakkan di bagian tengah atas.
 - b. Contoh ini menunjukkan peletakan ikon program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan bersama logo lembaga penyangg dana utama, dan lembaga-lembaga lain. Ikon program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan di bagian tengah atas, logo penyangg dana utama di sebelah kiri atas, dan logo lembaga lainnya di kanan bawah berturut-turut ke kiri (jika ada lebih dari satu lembaga).
 - c. Contoh ini menunjukkan peletakan ikon program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan bersama nama/logo/dan ikon program turunan, dan logo lembaga pelaksana dan/atau penyangg dana. Ikon program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan di bagian tengah atas, nama/ikon program turunan di sebelah kiri atas, dan logo lembaga pelaksana dan/atau penyangg dana di bawah.
2. Contoh Penggunaan ikon program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan pada Sampul Belakang Buku. Pada sampul belakang buku, ikon diletakkan di bagian tengah bawah seperti contoh berikut:

3. Selain itu, berikut ini adalah contoh penggunaan ikon materi komunikasi publik yang dihasilkan oleh Timkor menggunakan ikon program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan dengan tambahan lambang Garuda Pancasila dan Timkor di bagian atas logo.

4. Contoh penggunaan logo pada ILM

Dalam ILM atau iklan televisi lain, ikon program jaminan sosial bidang ketenagakerjaan diletakkan di tengah. Logo-logo lain diletakkan di bawahnya dalam posisi sejajar.



TIM KOORDINASI NASIONAL
KOMUNIKASI PUBLIK TERINTEGRASI
PROGRAM JAMSOS KETENAGAKERJAAN

TIM KOORDINASI KOMUNIKASI PUBLIK TERINTEGRASI JAMINAN SOSIAL BIDANG KETENAGAKERJAAN

Jl. Medan Merdeka Barat No. 3, Jakarta Pusat 10110



0822-21-500500 dan Call center BPJS Ketenagakerjaan 1500910



Email: jamsos@kemenkopmk.go.id; contact@djsn.go.id; dan
divisi.komunikasi@bpjsketenagakerjaan.go.id



www.kemenkopmk.go.id; www.djsn.go.id; dan www.bpjsketenagakerjaan.go.id