PETUNJUK TEKNIS

PENGELOLAAN WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL

2023

PUSDIKLAT TENAGA ADMINISTRASI
BADAN LITBANG DAN DIKLAT
KEMENTERIAN AGAMA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT (Tuhan Yang Maha Esa). Berkat rahmat-Nya, Pusdiklat Tenaga Administrasi Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama telah berhasil menyelesaikan penyusunan Petunjuk Teknis dan Pedoman (Juknis/Pedoman) ini. Keberhasilan ini tidak lepas dari ketepatan dalam pencapaian target perencanaan pelaksanaan dan evaluasi akhir kegiatan penyusunan Juknis/Pedoman.

Juknis ini dapat diselesaikan berkat kontribusi berbagai pihak. Untuk itu, kami mengucapkan terimakasih yang setinggi-tingginya kepada para pengelola dan pelaksana kegiatan serta khususnya kepada penyusun Juklak/Juknis. Semoga karya ini menjadi sumbangan berharga untuk mewujudkan kualitas pelatihan di Kementerian Agama.

Dengan adanya Juknis/Pedoman ini, diharapkan penyelenggara pelatihan dapat mengikuti proses yang ada dalam Juknis/Pedoman, sehingga pelatihan dapat berjalan sesuai standar yang sudah ditetapkan

Sebagai buah karya manusia, tentu Juknis/Pedoman ini tidak sempurna. Untuk itu, kami mohon maaf jika masih terdapat kekurangan sekaligus mengharapkan kepada seluruh pengguna, khususnya penyelenggara pelatihan dapat memberikan kritik dan saran perbaikan demi penyempurnaannya.

Semoga Juknis/Pedoman ini bermanfaat untuk kita semua, dan selamat membaca.

Jakarta, Juli 2023
Kepala

H. Syafi'i

KEPUTUSAN KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
DANPENDIDIKAN DAN PELATIHAN KEMENTERIAN AGAMA
NOMOR : 60 TAHUN 2023

TENTANG

TIM PENYUSUN/PENGEMBANGAN PEDOMAN/PETUNJUK PELAKSANAAN/PETUNJUK TEKNIS PELATIHAN TEKNIS ADMINISTRASI PADA PUSAT PENDIDIKAN DAN PELATIHAN TENAGA ADMINISTRASI TAHUN 2023

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAN PENDIDIKAN
DANPELATIHAN KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

Menimbang : a. bahwa untuk meningkatkan kualitas mutu pelatihan teknis administrasi pada Pusat Pendidikan dan Pelatihan Tenaga Administrasi perlu disusun dan dikembangkan pedoman/petunjuk pelaksanaan (juklak)/ petunjuk teknis (juknis) pelatihan teknis administrasi;

b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaiman dimaksud pada huruf a, perlu menetapkan keputusan Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan dan Pendidikan dan Penelitian kementerian Agama tentang Penetapan Tim Penyusun/Pengembang Pedoman/Petunjuk Pelaksanaan/Petunjuk Teknis Pelatihan Teknis Administrasi Tahun 2023 pada Pusat Pendidikan dan Pelatihan Tenaga Administrasi Tahun 2023;

Mengingat : 1. Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2017 tentang Manajemen Pegawai Negeri Sipil (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 63, tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6037) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2020 tentang perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 11 tahun 2017 tentang Manajemen Pegawai Negeri Sipil (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 68, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6477);

2. Peraturan Lembaga Administrasi Negara Nomor 13 Tahun 2020 tentang Akreditasi Pelatihan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1198);

3. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Pelatihan Sumber Daya Manusia pada Kementerian Agama (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 711);
4. Peraturan Menteri Agama Nomor 11 Tahun 2022 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama Nomor 15 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Pendidikan dan Pelatihan Keagamaan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 846);

5. Peraturan Menteri Agama Nomor 72 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 955);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : KEPUTUSAN KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAN PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KEMENTERIAN AGAMA TENTANG TIM PENYUSUN/PENGEMBANG PEDOMAN/ PETUNJUK PELAKSANAAN/ PETUNJUK TEKNIS PELATIHAN TEKNIS ADMINISTRASI PADA PUSAT PENDIDIKAN DAN PELATIHAN TENAGA ADMINISTRASI TAHUN 2023.

KESATU : Menetapkan Tim Penyusun/Pengembang Pedoman/Juklak/Juknis Pelatihan Teknis Administrasi pada Pusat Pendidikan dan Pelatihan Tenaga Administrasi Tahun 2023 adalah sebagaimana tercantum dalam lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan ini.

KEDUA : Tim bertugas untuk menyusun dan mengembangkan Pedoman/Juklak/Juknis Pelatihan Teknis Administrasi yang akan dilaksanakan pada Pusdiklat Tenaga Administrasi, Balai Diklat Keagamaan dan Loka Diklat Keagamaan se-Indonesia;

KETIGA : Keputusan ini berlaku mulai tanggal ditetapkan

Ditetapkan di: Jakarta
Pada tanggal: Juni 2023

KEPALA BADAN PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN DAN
PENDIDIKAN DAN PELATIHAN

SUYITNO

LAMPIRAN
KEPUTUSAN KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAN PENDIDIKAN DAN PELATIHAN KEMENTERIAN AGAMA
NOMOR : 60 TAHUN 2023

TENTANG
TIM PENYUSUN/PENGEMBANG PEDOMAN/ PETUNJUK PELAKSANAAN/PETUNJUK TEKNIS PELAKSANAAN PELATIHAN TEKNIS ADMINISTRASI PADA PUSAT PENDIDIKAN DAN PELATIHAN TENAGA ADMINISTRASI TAHUN 2023

TIM PENYUSUN PEDOMAN/JUKLAK/JUKNIS PELATIHAN TEKNIS ADMINISTRASI TAHUN 2023

NO	Judul	Penulis/Penyusun
1.	Juknis Pelaksaan Uji Kompetensi Widyaiswara Teknis Administrasi	Qurrotu Aini
2.	Petunjuk Teknis Evaluasi Pasca Pelatihan Kepemimpinan Pengawas (PKP)	Ainun Fitriyati
3.	Petunjuk Teknis Penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP)	Afiati
4.	Petunjuk Teknis Penyusunan Modul Pelatihan Teknis Administrasi	Rahmiyati
5.	Petunjuk Pelaksanaan Pengelolaan Publikasi Ilmiah	Hesty Kusumaningrum
6.	Petunjuk Teknis Pengelolaan Website dan Media Sosial	Karnadi
7.	Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Pengembangan Kompetensi SDM Melalui *Massive Open Online Course* (MOOC)	Sri Mulyati
8.	Petunjuk Teknis Pelatihan Jarak Jauh (PJJ)	Farida Ishak Indrawan
9.	Petunjuk Teknis Penyusunan Aksi Perubahan Pelatihan Kepemimpinan Administrator (PKA)	Achmad Nidjam
10.	Petunjuk Teknis Penyusunan Aksi Perubahan Pelatihan Kepemimpinan Pengawas (PKP)	Achmad Nidjam
11.	Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Pelatihan Kepemimpinan Pengawas (PKP)	Yaniwati
12.	Petunjuk Teknis Pelatihan Sosio Kultural	Neneng Maria Kiptyah
13.	Petunjuk Teknis Evaluasi Pasca Pelatihan Kepemimpinan Administrator (PKA)	Siti Kusriyah

14.	Petunjuk Teknis TOT Pelatihan Teknis Administrasi	Yulianti
15.	Petunjuk Teknis Pengelolaan OJS	Agustina
16.	Petunjuk Teknis Webinar	Agustina
17.	Petunjuk Teknis Analisis Kebutuhan Pelatihan (AKP)	Nailil fidjar
18.	Petunjuk Teknis Akreditasi Lembaga Penyelenggaraan Pelatihan Barang/Jasa (LPPBJ)	Amik Tri Istiami
19.	Petunjuk Teknis Pelatihan Kepemimpinan Administrator (PKA)	Andin Sudirman
20.	Petunjuk Teknis Pelatihan Kepemimpinan Nasional Tingkat II	Mardiyanti
21.	Pengelolaan Sarana Prasarana (Responsive Gender)	Heny Lestari
22.	Petunjuk Teknis Penyusunan Kurikulum dan Silabus	Devi Yonesi
23.	Program Pelaksanaan Tim Kerja	Deden Wahyudin
24.	Petunjuk Teknis Seleksi Calon Peserta Pelatihan Kepemimpinan (SCPPK)	Deden Wahyudin
25.	Pedoman Penjaminan Mutu Pelatihan Kementerian Agama	Team Pusdiklat Teknis Keagamaan Dan Pusdiklat Tenaga Administrasi
26.	Petunjuk Teknis Orientasi Pegawai Pemerintah Dengan Perjanjian Kerja	Siti Kusriyah

KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAN PENDIDIKAN DAN PELATIHAN

SUYITNO

PETUNJUK TEKNIS

PENGELOLAAN WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL

KEMENTERIAN AGAMA RI
BADAN LITBANG DAN DIKLAT
PUSDIKLAT TENAGA ADMINISTRASI
2023

DAFTAR ISI

Kata Pengantar i

Keputusan Kepala Badan Penelitiana dan Pengembangan dan Pendidikan dan Pelatihan Kementerian Agama RI Nomor: 60 Tahun 2023 tentang Tim Penyusun/Pengembang Pedoman/Petunjuk Pelaksanaan/Petunjuk Teknis Pelaksanaan Teknis Administrasi pada Pusat Pendidikan dan Pelatihan Tenaga Administrasi Tahun 2023..... ii

Lampiran Keputusan Kepala Badan Penelitiana dan Pengembangan dan Pendidikan dan Pelatihan Kementerian Agama RI Nomor: 60 Tahun 2023 iv

Daftar Isi..... vi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Maksud dan Tujuan 2
C. Ruang Lingkup 3
D. Pengertian Umum..... 4

BAB II SUBSTANTIF PETUNJUK TEKNIS

A. Penetapan Tujuan dan Sasaran 6
B. Strategi Media Sosial 7
C. Analisis Kinerja Media Sosial 12
D. Evaluasi dan Perbaikan..... 12

BAB III PENUTUP 15

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kementerian Agama merupakan lembaga pemerintah di Indonesia yang bertanggung jawab dalam menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang agama. Fungsi utama Kementerian Agama adalah membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan di sektor agama dan keagamaan. Dalam melaksanakan program-program kerjanya, Kementerian Agama memerlukan media komunikasi dan informasi sebagai alat penyebarluasan informasi ke masyarakat. Seperti kita ketahui bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu cepat dan telah merambah setiap sektor kehidupan manusia. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi dan tentu saja memudahkan kerja Kementerian Agama dalam penyebarluasan informasi kebijakan dan program-programnya. Bagi masyarakat, keuntungan yang diperoleh adalah adalah meningkatkan partisipasi dalam pembuatan dan penyebaran informasi. Ini juga memungkinkan orang untuk memperoleh informasi dengan lebih mudah tanpa harus tergantung pada media massa tradisional.

Komunikasi pemerintahan melalui media sosial merupakan hal yang krusial yang perlu dilakukan oleh Kementerian Agama, di mana komunikasi menjadi fondasi dasar dalam melakukan interaksi antara pemerintah dengan masyarakat. Kita harus menyadari bahwa ada perubahan siginifikan mengenai pola komunikasi yang terjadi saat ini yakni penggunaan media sosial tidak dapat dipisahkan dari pola komunikasi masyarakat.

Salah satu perkembangan itu adalah hadirnya fenomena website dan media sosial yang memiliki pengaruh besar terhadap perubahan tingkah laku masyarakat. Perubahan perilaku manusia yang paling mudah diamati adalah pola komunikasi sosial . Pola komunikasi ini ditandai cara masyarakat berkomunikasi melalui media sosial dan dengan website sebagai media yang paling popular saat ini.

Website dan media sosial dapat menjadi alat yang efektif bagi Kementerian Agama untuk berinteraksi dengan masyarakat, menyebarkan pesan-pesan agama, dan memudahkan dalam menjalankan tugas dan fungsi mereka secara lebih luas. Website dan media sosial memungkinkan Kementerian Agama untuk berkomunikasi langsung dengan masyarakat secara cepat dan efektif. Melalui website yang

dikembangkan Kementerian Agama dan platform media sosial seperti Whatsapp, Twitter, Facebook, Instagram, dan YouTube, Kementerian Agama dapat memberikan informasi terkini tentang kebijakan, program, dan kegiatan yang berkaitan dengan bidang agama kepada masyarakat secara luas.

Disamping itu Kementerian Agama dapat memberdayakan masyarakat dengan menyediakan akses informasi yang mudah dan terbuka. Masyarakat dapat mengakses konten-konten pendidikan agama secara online. Websiite dan medsos juga dapat digunakan untuk menyelenggarakan forum diskusi, tanya-jawab, atau konsultasi keagamaan yang memungkinkan masyarakat untuk berinteraksi langsung dengan para ahli dan cendekiawan agama.

Di samping itu, Platform ini juga menjadi alat yang berguna bagi Kementerian Agama dalam memantau tanggapan dan umpan balik masyarakat terhadap kebijakan, program, atau kegiatan yang dilakukan. Melalui komentar, pesan, atau laporan yang diterima, Kementerian Agama dapat memperoleh wawasan tentang kebutuhan, aspirasi, dan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. Ini dapat menjadi dasar bagi perbaikan atau penyempurnaan kebijakan dan program yang ada.

Oleh karena itu pemanfaatan website dan media sosial harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Konten yang disebarkan harus akurat, bermanfaat, dan menjunjung tinggi nilai-nilai keagamaan serta prinsip-prinsip negara kesatuan Republik Indonesia. Mengingat besarnya potensi website dan media sosial ini, perlu adanya panduan berupa petunjuk teknis pengelolaan website dan media sosial bagi Kementerian Agama.

B. Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan utama petunjuk teknis pengelolaan website dan media sosial adalah untuk memberikan panduan yang terperinci dan praktis bagi tim pengelola website dan akun media sosial agar tercipta pengelolaan yang terstruktur, efisien, aman, dan responsif terhadap kebutuhan pengguna dan perkembangan teknologi terbaru.

Secara rinci maksud dan tujuan petunjuk teknis ini adalah sebagai berikut.

1. memberikan standar dan prosedur yang konsisten dalam pengelolaan website dan media sosial. Hal ini membantu memastikan bahwa semua anggota tim pengelola

memiliki pemahaman yang sama tentang tugas dan tanggung jawab mereka serta melaksanakan tugas-tugas tersebut sesuai dengan standar yang ditetapkan.

2. memastikan keberlanjutan operasional dan pengembangan website dan media sosial. Dalam petunjuk ini, akan dijelaskan tindakan yang diperlukan untuk pemeliharaan rutin, pembaruan teknologi, dan peningkatan konten agar website dan media sosial tetap relevan dan efektif dalam jangka waktu yang panjang.
3. meningkatkan kinerja dan hasil dari pengelolaan website dan media sosial. Petunjuk ini akan memberikan panduan tentang cara meningkatkan tampilan dan navigasi website, meningkatkan kecepatan loading, memperbaiki tautan yang rusak, serta memaksimalkan pemanfaatan fitur-fitur media sosial untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengguna.
4. memastikan pengelolaan website dan media sosial untuk menjaga keamanan dan privasi data pengguna serta informasi sensitif lainnya. Panduan ini mencakup langkah-langkah yang harus diambil untuk melindungi website dan media sosial dari ancaman keamanan serta memastikan kepatuhan dengan peraturan privasi yang berlaku.
5. mendorong pengelolaan yang berbasis data dengan memberikan panduan tentang pengukuran dan evaluasi kinerja website dan media sosial. Petunjuk ini mencakup penggunaan alat analitik untuk melacak metrik seperti jumlah pengunjung, tingkat keterlibatan, waktu tinggal, dan lainnya. Hal ini memungkinkan tim pengelola untuk menganalisis kinerja mereka, mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, dan membuat keputusan berdasarkan data yang relevan.

C. Ruang Lingkup

Ruang dan lingkup petunjuk teknis pengelolaan website dan media sosial ini adalah sebagai berikut.

1. menetapkan tujuan dan strategi media sosial untuk organisasi atau individu, serta menentukan target audiens dan memilih platform media sosial yang tepat.
2. mengatur jadwal posting dan mempublikasikan konten secara teratur pada platform media sosial, termasuk penentuan jenis konten yang tepat untuk audiens target dan tujuan strategi media sosial.

3. membuat konten yang menarik dan berkualitas tinggi seperti teks, gambar, atau video yang relevan dengan audiens target dan tujuan strategi media sosial.
4. memantau dan menanggapi interaksi dengan audiens pada platform media sosial, termasuk tanggapan terhadap komentar, pesan, dan reaksi terhadap konten yang diposting.
5. mengukur kinerja dan hasil dari strategi pengelolaan media sosial, termasuk pengukuran metrik seperti jangkauan, keterlibatan, pengikut, dan konversi.
6. mengevaluasi kembali strategi pengelolaan media sosial secara berkala untuk memastikan bahwa tujuan tercapai dan untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan media sosial. Ini dapat meliputi penyesuaian strategi, konten, atau taktik lainnya berdasarkan hasil analisis kinerja.

D. Pengertian Umum

Di dalam petunjuk teknis ini ada istilah-istilah yang perlu diketahui agar pembaca memiliki pemahaman yang sama.

1. petunjuk teknis adalah pedoman atau instruksi teknis yang disusun secara sistematis dan terperinci yang diarahkan pada suatu permasalahan tertentu dalam suatu kegiatan atau program. Petunjuk Teknis berisi penjabaran langkah-langkah teknis yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dari proyek atau program tersebut.
2. website adalah kumpulan halaman situs yang terdapat dalam sebuah domain atau subdomain pada jaringan World Wide Web (WWW) di Internet dan berisi data dan informasi berbentuk teks, gambar, suara, dan animasi sehingga bisa diakses di seluruh dunia
3. media sosial adalah platform atau situs web yang memungkinkan pengguna internet untuk berinteraksi dan berbagi konten dengan pengguna lain secara online. Pengguna media sosial dapat membuat profil pribadi, mengirimkan pesan, membagikan foto, video, dan berbagai jenis konten lainnya dengan orang lain yang terhubung melalui jaringan tersebut.
4. media sosial adalah media yang digunakan oleh user baik individu maupun kelompok masyarakat dengan basis teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun kelompok atau lembaga (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2016)

5. Kementerian Agama Republik Indonesia adalah salah satu kementerian yang ada pada Kabinet Maju pada periode kepresidenan Jokowi yang bertanggung jawab atas pengelolaan urusan agama dan kepercayaan masyarakat di Indonesia dan memiliki tugas utama adalah melaksanakan tugas pemerintahan di bidang agama dan kepercayaan masyarakat, termasuk pengembangan, pelindungan, dan pemeliharaan kepercayaan masyarakat yang diakui di Indonesia serta penyelenggaraan ibadah haji dan umrah, serta pengawasan dan pengelolaan lembaga keagamaan di Indonesia.

BAB II
SUBSTANSI JUKNIS

Bab ini berisikan penjelasan petunjuk teknis pengelolaan media Kementerian Agama

A. Penetapan tujuan dan sasaran

Tujuan pemanfaatan platform website dan media sosial dalam kerja Kementerian Agama adalah komunikasi, pencitraan (branding), dan kesadaran public (public awareness). Penjabaran dari hal-hal tersebut diberikan di bawah ini.

1. Komunikasi

   Pemanfaatan website dan media sosial bertujuan untuk memperkuat komunikasi Kementerian Agama dengan masyarakat dengan dengan cara menyediakan informasi akurat dan terpercaya terkait kegiatan dan program Kementerian Agama kepada masyarakat luas sehingga dapat membantu Kementerian Agama dalam memahami kebutuhan dan harapan masyarakat terhadap kegiatan dan program yang diselenggarakan serta-serta isu-isu aktual yang terjadi berkaitan dengan dinamika masyakarat yang terus berkembang secara dinamis.

2. Pencitraan

   Tujuan kedua adalah pencitraan (branding). Sebagai lembaga pemerintah yang memiliki dasar hukum dan mewakili pemerintah dalam mengurus masalah agama dan keagamaan, Kementerian Agama harus mencitrakan dirinya sebagai lembaga pemerintah yang akuntabel dan terpercaya dan menjadi rujukan pemerintah dan masyarakat dalam masalah agama dan keagamaan.

   Melalui pemanfaatan website dan media sosial ini, Kementerian Agama selalu terus meningkatkan citra dan reputasi mereka dengan merespon permasalahan yang timbul dengan menyediakan informasi yang berkaitan dengan tujuan dan nilai-nilai organisasi. Ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan dan kehormatan dari publik.

3. Kesadaran Publik.

   Pengelolaan website dan media sosial Kementerian Agama diharapkan mampu memunculkan kesadaran publik terhadap isu-isu agama dan keagamaan yang terjadi dengan cara meningkatkan keterlibatan dan interaksi serta meningkatnya berinteraksi publik. Oleh karena itu pemanfaatan platform

webiiste dan media sosial Kemenag ini haruslah berupaya menyediakan akses publik untuk meningkatkan keterlibatan dan interaksi antara Kemenag dan publik.

Sementara itu sasaran website dan media sosial Kementerian Agama itu adalah publik atau masyarakat umum, pemuka agama tergantung dari jenis konten yang disajikan di website dan media sosial dan kedua adalah seluruh staf dan jajaran pimpinan Kementerian Agama.

B. Strategi Media Sosial

1. Penentuan Website dan Media Sosial

   Kementerian Agama memiliki website dan media sosial yang dijadikan media utama dalam melaksanakan komunikasi publik dengan mempertimbangkan tujuan organisasi, target audiens, dan kebutuhan komunikasi.

   Nama website dan media sosial yang dimiliki kementerian agama adalah sebagai berikut.

   a. website Kementerian Agama https://kemenag.go.id/ dan berserta turunannya.

   b. media sosial Kementerian Agama:

      1) Instagram dengan alamat
      2) Tweeter dengan alamat
      3) Facebook dengan alamat

2. Penentuan target audiens

   Agar dapat menentukan target audiens dari suatu konten, kita harus mengenali jenis konten. Dengan cara menentukan jenis konten tertentu, kkita bisa mampu mengenali siapa yang menjadi target audiens utama pengiriman konten pada website dan media sosial. Bisa jadi mereka adalah umat agama tertentu, masyarakat umum, pemuka agama, atau pihak-pihak terkait lainnya.

3. Penjadwalan dan manajemen posting

   Menentukan dan menyusun penjadwalan termauk manajemen pengiriman atau posting konten ini merupakan bagian utama dari strategi komunikasi publik. Tentukan jenis konten berdasarkan kalender yang ada di tahun 2023 seperti tercantum dalam tabel di bawah ini. Selama tahun 2023 ini ada sekitar 14 hari besar keagamaan termasuk di dalamnya ada hari kelahiran Pancasila dan

Kemerdekaan RI yang erat kaitannya dengan tema keagamaan. Pada tabel itu tercantum tanggal, nama hari keagamaan, dan nama agamanya. Pada kolom keempat pada tabel itu adalah penyusunan narasi yang sesuai keagamaan seperti contohnya di bawah ini.

> "Selamat memperingati Isra Miraj 1444 H. Semoga keberkahan, kebaikan, dan keridhaan Allah SWT selalu menyertai kita"

Tema-tema dan narasi seperti dicontoh di atas harus dibuat sesuai dengan hari besar keagamaan dan situasi sosial yang sedang terjadi. Agar memudahkan kerja pengelola, sebaiknya susunlah semua tema dan narasi di semua hari besar keagamaan pada tabel tersebut sebagai bahan publikasi konten. Setelah disusun konten tersebut, aturlah jadwal posting dan mempublikasikan konten secara teratur pada platform media sosial.

No	Tanggal	Nama Hari	Agama	Narasi Keagamaan
1	1 Januari 2023 (Minggu)	Tahun Baru Masehi	Kristen	(silakan diisi sesuai dengan kondisi dan situasi actual dan factual terkini)
2	23 Januari 2023 (Senin)	Tahun Baru Imlek 2574 Kongzili	Khonghucu	
3	18 Februari 2023 (Sabtu)	Isra Mi'raj	Islam	
4	22 Maret 2023 (Rabu)	Hari Suci Nyepi Tahun Baru Saka 1945	Hindu	
5	7 April 2023 (Jumat)	Wafatnya Isa Almasih	Kristen	
6	22-23 April 2023 (Sabtu-Minggu)	Hari Raya Idul Fitri 1444 Hijriah	Islam	
7	18 Mei 2023 (Kamis)	Kenaikan Isa Almasih	Kristen	
8	1 Juni 2023 (Kamis)	Hari Lahir Pancasila	Nasional	
9	4 Juni 2023 (Sabtu)	Hari Waisak	Budha	
10	29 Juni 2023 (Kamis	Idul Adha	Islam	

11	19 Juli 2023 (Rabu)	Tahun Baru Islam	Islam	
12	17 Agustus 2023 (Kamis)	Hari Kemerdekaan RI	Nasional	
13	28 September 2023 (Rabu)	Maulid Nabi Muhammad SAW	Islam	
14	25 Desember 2023 (Senin)	Hari Natal	Kristen	

4. Pembuatan konten

Konten yang dibuat harus mengikuti kebijakan dan pencapaian program Kementerian Agama. Pembuatan konten media sosial Kementerian Agama harus disusun dengan melalakukan riset, menetapkan tujuan, target audiens, menyusun rencana konten, gali informasi relevan, menyesuaikan gaya dan bahasa penyampaian pesan dengan audiens yang dituju. Gunakan bahasa yang jelas dan langsung dan bukan kalimat anak dan bercabang, hindari penggunaan terminologi yang terlalu teknis. Gunakan elemen visual seperti gambar, grafik, atau video untuk memperkaya konten dan membuatnya lebih menarik. Bila media nya adalah video, haruslah memiliki visual berkualitas tinggi, relevan dengan konten, dan mematuhi hak cipta serta kebijakan privasi.

Konten yang dibuat konten digital dengan media adalah flyer, video durasi pendek,video durasi panjang, twibone, dan animasi. Spesifikasi pembuatan media tersebut haruslah mengikuti kaidah sebagai berikut.

No	Nama Media	Spesifikasi Media
1	Media Flyer	• Ukuran flyer A4 (210 x 297 mm), A5 (148 x 210 mm), atau A6 (105 x 148 mm), atau sesuai kebutuhan. • Pilih antara orientasi potret (vertikal) atau lanskap (horizontal) sesuai dengan desain dan konten yang ingin Anda tampilkan. • Warna flyer Anda akan berwarna penuh (full color) atau menggunakan skema warna tertentu. • Desain pertimbangkan tata letak, font, gambar atau ilustrasi yang relevan, • Konten berisikan logo Kementerian Agama, judul, informasi, tanggal, waktu, dan lokasi acara, informasi kontak, dan cantumkan link Instagram, tweeter, FB di bagian bawah.

		• Grafis dan gambar sebaiknya berkualitas tinggi dan sesuai dengan tujuan dan tema flyer Anda. Hindari penggunaan gambar dengan resolusi rendah atau buram. • Teks singkat, jelas, dan mudah dibaca. Pastikan ukuran dan jenis font yang dipilih sesuai agar mudah dibaca oleh target audiens.
2	video durasi pendek	• Durasi 15 detik hingga 60 detik, atau tergantung pada platform dan konten yang akan disampaikan. • Format video adalah MP4 atau MOV atau kompatibel dengan platform atau perangkat yang akan digunakan • Resolusi adalah 720p (1280 x 720 piksel) atau 1080p (1920 x 1080 piksel). • Aspek rasio adalah 16:9 (wide) atau 1:1 (square). Rasio 9:16 (vertical) untuk video yang akan diputar di ponsel. • Frame rate adalah 24, 30, atau 60 frame per detik. Pilih frame rate yang sesuai dengan kebutuhan dan jenis konten video Anda. • Gunakan audio berkualitas baik dan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.
3	Video Durasi Panjang	• Durasi 5 menit – 1 jam tergantung pada jenis konten yang akan disampaikan. • Format video adalah MP4 atau MOV. • Resolusi adalah 720p (1280 x 720 piksel) atau 1080p (1920 x 1080 piksel). • Aspek rasio 16:9 (wide). • Frame rate adalah 24, 30, atau 60 frame per detik. • Audio berkualitas baik
4	Animasi	• Pilih perangkat lunak animasi yang sesuai dengan kebutuhan Anda seperti Adobe After Effects, Blender, Toon Boom Harmony, atau Maya. • Tentukan jenis animasi yang ingin Anda buat. Misalnya, animasi 2D tradisional, animasi 2D digital, animasi stop motion, animasi 3D, atau animasi gerak infografis. • Pilih resolusi animasi yang sesuai dengan kebutuhan Anda. Resolusi umum untuk animasi online adalah 720p (1280 x 720 piksel) atau 1080p (1920 x 1080 piksel). Jika animasi akan digunakan untuk tayangan televisi atau layar besar, resolusi yang lebih tinggi seperti 2K (2560 x 1440 piksel) atau 4K (3840 x 2160 piksel) mungkin diperlukan. • Frame rate 24, 30, atau 60 frame per detik.

		• Durasi animasi 10 detik – 3 menit atau tergantung pada kebutuhan dan kompleksitas animasi yang Anda buat. • Format umum untuk animasi termasuk GIF, MP4, MOV, atau AVI. • Audio yang digunakan berkualitas baik

5. Manajemen interaksi dan respons

   Memantau dan menanggapi interaksi dengan audiens pada platform media sosial, termasuk tanggapan terhadap komentar, pesan, dan reaksi terhadap konten yang diposting.

   Pertama adalah pengukuran kinerja dan hasil dari strategi pengelolaan media sosial sangat penting untuk mengevaluasi efektivitas kampanye dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Metrik jangkauan (Reach) ini mengukur sejauh mana konten Anda dapat mencapai audiens potensial dengan cara mengukur jumlah tampilan, impresi, atau jumlah pengguna unik yang melihat konten Anda.

   Kedua adalah metrik keterlibatan (Engagement) yang mengukur seberapa banyak interaksi dan partisipasi yang diterima oleh konten Anda. Ini dapat meliputi jumlah "like" atau "suka", komentar, berbagi, atau tautan yang diklik.

   Ketiga adalah pengikut (Followers) yang mengukur jumlah pengguna yang memilih untuk mengikuti akun media sosial Anda. Keempat adalah metrik konversi yang mengukur sejauh mana pengguna media sosial melakukan tindakan yang diinginkan setelah terpapar dengan konten Anda. Tindakan ini dapat berupa mengunjungi situs web, mengisi formulir, melakukan pembelian, atau mendaftar acara.

C. Analisis Kinerja Media Sosial

Tujuan analisis kinerja media sosial ini adalah mengukur kinerja dan hasil dari strategi pengelolaan media sosial, termasuk pengukuran metrik seperti jangkauan, keterlibatan, pengikut, dan konversi.

Analisis media sosial adalah proses mengumpulkan data-data berharga dari saluran media sosial yang Anda gunakan untuk nantinya diidentifikasi dan dibuat menjadi kesimpulan yang dapat ditindaklanjuti. Agar Anda bisa membuat kampanye pemasaran online yang tepat, Anda perlu mengumpulkan data dari aktivitas Anda di media sosial sebelumnya berdasarkan interaksi dengan follower, kampanye yang pernah Anda buat, umpan balik yang diberikan pelanggan, dan data-data lainnya.

Data merupakan salah satu sumber daya yang berharga bagi bisnis apa pun. Melakukan analisis media sosial memungkinkan Anda mendapatkan akses ke banyak data dan informasi penting yang dapat mempengaruhi kesuksesan kampanye Anda di masa mendatang. Manfaat analisis media sosial adalah mengidentifikasi ketertarikan audiens, mempelajari competitor dan menjadi yang terbaik di industri. Caranya adalah lakukan monitoring keyword yaitu dengan cara mengumpulkan banyak data dari keyword yang terkait dengan tema Kemenag. Lalu ketikkan nama brand Anda di mesin penelusuran media sosial yang Anda gunakan, dan Anda bisa melihat seluruh postingan orang-orang mengenai brand Anda.

Kita juga bisa lakukan analisis dengan cara menganalisis dengan tools social media analytics gratis bawaan seperti Facebook Insight, Instagram Insight, Twitter Analytics, Youtube Analytics

D. Evaluasi dan Perbaikan

Mengevaluasi kembali strategi pengelolaan media sosial secara berkala untuk memastikan bahwa tujuan tercapai dan untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan media sosial. Ini dapat meliputi penyesuaian strategi, konten, atau taktik lainnya berdasarkan hasil analisis kinerja.

Mengevaluasi kembali strategi pengelolaan media sosial secara berkala adalah langkah penting untuk memastikan bahwa tujuan yang telah ditetapkan tercapai. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat Anda ikuti dalam proses evaluasi tersebut:

Tinjau tujuan awal: Periksa kembali tujuan yang telah ditetapkan untuk strategi pengelolaan media sosial. Apakah tujuan tersebut masih relevan dengan visi dan misi organisasi Anda? Tinjau apakah tujuan tersebut spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatasan waktu (SMART).

Analisis metrik kinerja

Gunakan metrik kinerja yang relevan untuk mengukur kemajuan strategi media sosial Anda. Metrik yang umum digunakan meliputi jangkauan (reach), keterlibatan (engagement), pengikut (followers), konversi, dan lalu lintas situs web yang berasal dari media sosial. Analisis data statistik dan perbandingan dengan periode sebelumnya untuk melihat perkembangan dan tren dalam kinerja Anda.

Evaluasi konten

Tinjau kualitas dan relevansi konten yang telah Anda publikasikan di media sosial. Evaluasi apakah konten tersebut memenuhi kebutuhan dan minat target audiens Anda. Tinjau juga penggunaan format konten yang beragam seperti teks, gambar, video, atau infografis, serta respons dan interaksi yang diterima dari pengguna.

Evaluasi saluran media sosial yang Anda gunakan dan taktik promosi yang telah diterapkan. Tinjau apakah saluran media sosial yang Anda pilih sesuai dengan target audiens dan apakah taktik promosi tersebut efektif dalam meningkatkan jangkauan dan keterlibatan. Pertimbangkan penggunaan saluran baru atau eksperimen dengan taktik promosi yang berbeda untuk mencapai tujuan Anda.

Tinjau interaksi dan respons yang Anda terima dari pengguna media sosial. Evaluasi tanggapan dan keterlibatan pengguna terhadap konten Anda, serta bagaimana tim pengelola media sosial merespons komentar dan pertanyaan pengguna. Pastikan Anda memberikan respon yang tepat waktu dan relevan untuk membangun hubungan yang positif dengan audiens.

Lakukan penelitian tentang praktik terbaik dalam pengelolaan media sosial dalam sektor agama atau industri terkait. Analisis kegiatan pesaing dan organisasi sejenis lainnya untuk melihat tren terbaru dan peluang yang dapat Anda manfaatkan. Pelajari strategi sukses mereka dan lihat bagaimana Anda dapat mengadaptasinya ke dalam strategi Anda sendiri.

Berdasarkan hasil evaluasi, identifikasi area yang perlu ditingkatkan dalam strategi pengelolaan media sosial Anda. Buat rencana perbaikan yang mencakup langkah-langkah konkret dan waktu pelaksanaan yang jelas. Tetap fleksibel untuk melakukan penyesuaian seiring dengan perubahan tren dan kebutuhan audiens.

Implementasikan perbaikan dan pantau kinerja

Setelah membuat rencana perbaikan, implementasikan langkah-langkah tersebut dan pantau kinerja media sosial Anda secara teratur. Amati dampak dari perbaikan yang dilakukan dan pastikan Anda melacak metrik kinerja untuk melihat apakah tujuan tercapai.

Dengan melakukan evaluasi berkala, Anda dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan strategi pengelolaan media sosial Anda serta melakukan perbaikan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

BAB III

PENUTUP

Dengan mengikuti petunjuk teknis pengelolaan media sosial ini, Kementerian Agama dapat memastikan efektivitas dan kesuksesan dalam menyampaikan pesan-pesan agama kepada masyarakat. Dengan mengelola konten yang konsisten, merespons dengan cepat, dan menggunakan metrik kinerja untuk evaluasi, Kementerian Agama dapat membangun hubungan yang kuat dengan audiens, meningkatkan jangkauan dan keterlibatan, serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Melalui penggunaan media sosial yang efektif, Kementerian Agama dapat berkontribusi dalam menyebarkan nilai-nilai agama yang positif dan memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

Kami berharap panduan ini telah memberikan pemahaman yang jelas dan praktis tentang bagaimana mengoptimalkan penggunaan platform digital untuk menyampaikan pesan-pesan agama dan memenuhi tugas-tugas pemerintahan di bidang agama.

Pengelolaan yang efektif dan profesional dari website dan media sosial Kementerian Agama adalah kunci untuk membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat. Melalui konten yang berkualitas, interaksi yang responsif, dan evaluasi yang teratur, Kementerian Agama dapat meningkatkan jangkauan dan keterlibatan dengan audiens, serta memperkuat pemahaman dan apresiasi terhadap nilai-nilai agama.

Kami berharap petunjuk teknis ini dapat menjadi panduan yang berharga bagi para pengelola website dan media sosial Kementerian Agama. Dengan penerapan yang tepat dan konsisten, kami yakin bahwa Kementerian Agama akan berhasil memanfaatkan potensi penuh dari platform digital untuk melayani masyarakat, memperkuat nilai-nilai agama, dan memajukan tugas-tugas pemerintahan di bidang agama.

Terima kasih atas dedikasi dan komitmen Anda dalam menjalankan tugas ini. Bersama-sama, kita dapat mewujudkan visi Kementerian Agama untuk membangun masyarakat yang berdasarkan pada nilai-nilai keagamaan yang kokoh dan harmoni.

Selamat mengelola website dan media sosial Kementerian Agama!

2023

PUSDIKLAT TENAGA ADMINISTRASI
BADAN LITBANG DAN DIKLAT
KEMENTERIAN AGAMA