BAWASLU
BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM
KABUPATEN BANGKA TENGAH
Jl. Air Cauyan RT. 19 Kel. Koba Kec. Koba Kab. Bangka Tengah, 33681
E-Mail : bawaslubangkatengah2017@gmail.com
Laman : www.batengkab.bawaslu.go.id

Nomor : 004/TI.01.00/K.BB-04/03/2023 Koba, 21 Maret 2023
Sifat : Penting
Lampiran : 3 (Tiga) Berkas
Perihal : **Instruksi Pengelolaan Media Sosial**

Yth. Ketua Panwaslu Kecamatan Se-Kabupaten Bangka Tengah
di -
Tempat

A. Dasar Hukum
1. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum;
2. Peraturan Badan Pengawasan Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2018 tentang Pengawasan Penyelenggaraan Pemiilihan Umum;
3. Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2022 tentang Tahapan dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Tahun 2024 (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 574);
4. Surat Keputusan Badan Pengawasan Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 0083/HM.00/K1/03/2022 tentang Pengelolaan Media Sosial;
5. Surat Edaran Badan Pengawasan Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2022 Tentang Pengelolaan Media Sosial Panitia Pengawas Pemilihan Umum Kecamatan Pada Tahapan Pemilu 2024;
6. Surat Edaran Badan Pengawasan Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 2022 Tentang Optimalisasi Pemberitaan dan Publikasi di Lingkungan Badan Pengawas Pemilihan Umum Pada Tahapan Pemilu dan Pemilihan Tahun 2024.

B. Dalam rangka menindaklanjuti Surat Edaran Badan Pengawasan Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2022 Tentang Pengelolaan Media Sosial Panitia Pengawas Pemilihan Umum Kecamatan Pada Tahapan Pemilu 2024, dengan hormat diinstruksikan kepada Panwaslu Kecamatan se-Kabupaten Bangka Tengah untuk memperhatikan hal-hal sebagai berikut :
1. Pengelolaan media sosial Panwaslu Kecamatan dilaksanakan dengan mengacu pada Surat Keputusan Nomor 0083/HM.00/K1/03/2022 Tentang Pengelolaan Media Sosial dan Surat Edaran Badan Pengawasan Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 2022 Tentang Optimalisasi Pemberitaan dan Publikasi di Lingkungan Badan Pengawas Pemilihan Umum Pada Tahapan Pemilu dan Pemilihan Tahun 2024;
2. Gambar profil pada akun media sosial Panwaslu Kecamatan mengacu pada model yang digunakan pada profil akun media sosial Bawaslu RI;
3. Setiap konten media sosial yang dipublikasikan menyertakan logo pesan utama Bawaslu di media sosial “AYO AWASI BERSAMA” yang ditempatkan pada pojok kanan atas desain. Format logo dapat diunduh pada tautan https://bit.ly/LogoAYB;

4. Diminta kepada Panwaslu Kecamatan untuk melakukan pengisian data media sosial yang dikelola melalui tautan berikut: *https://forms.gle/hcvL2Dy29FyKzSdN9*.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

KETUA,



ROBIANTO

Tembusan Yth :
Ketua Bawaslu Prov.Kep.Bangka Belitung di Pangkalpinang

BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM
REPUBLIK INDONESIA

SURAT EDARAN
35 Tahun 2022

TENTANG

PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL PANITIA PENGAWAS PEMILU KECAMATAN PADA TAHAPAN PEMILU 2024

A. LATAR BELAKANG

Publikasi Badan Pengawas Pemilihan Umum melalui media sosial perlu dilakukan sebagai sarana sosialisasi sekaligus upaya optimalisasi penyebaran informasi mengenai pengawasan dan penyelenggaraan tahapan Pemilu dan Pemilihan 2024 baik kepada badan penyelenggara, peserta pemilu, dan juga pemilih. Publikasi juga dilakukan untuk menanamkan nilai-nilai yang berkaitan dengan peraturan yang ada dalam Pemilu dan Pemilihan 2024, serta mengajak masyarakat untuk bersama-sama menjaga demokrasi.

Secara umum publikasi yang dilakukan Bawaslu berupaya untuk terciptanya respon kognitif (kesadaran), afektif (sikap/perasaan), dan konatif (perilaku) bagi masyarakat terhadap Bawaslu dan pengawasan pemilu. Tujuan publikasi sebagaimana di atas, tidaklah mudah dicapai khususnya apabila melihat perkembangan media sosial di Indonesia.

Dari total 272,1 juta penduduk di Indonesia, terdapat 204,7 juta (73,7%) diantaranya sebagai pengguna internet. Dari data wearesocial.com, pada 2020 juga tercatat sebanyak 160 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia. Jumlah tersebut mengalami lonjakan pada 2022. Saat ini jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia adalah sebanyak 191,4 juta. Dengan fakta tersebut, membuat orang dengan mudah membuat konten digital. Sebagai gambaran, data smartinsight.com, di dunia dalam 60 detik terjadi 694.444 scrolling instagram, 4,7 juta video Youtube ditonton, 195 ribu akun posting di Twitter, 1,3 juta pengguna loggin Facebook. Indonesia juga menghadap kondisi dani generasi yang mudah post, like dan share.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

Kondisi banjir informasi di masyarakat tersebut tentu memberikan tantangan bagi publikasi Bawaslu agar pesan-pesan yang dibuat dapat sampai ke target pembaca dan khalayak. Selain karena keterbatasan akses informasi publik melalui saluran media resmi Bawaslu, juga karena adanya apatisme atau bahkan penilaian subjektif bernada apriori terhadap penyelenggara negara. Atas dasar kepentingan tersebut, kehadiran Panitia Pengawas Pemilu (Panwaslu) Kecamatan juga dapat dioptimalkan dalam menyebarkan informasi pemilu dan pengawasan pemilu.

Surat edaran ini berisi pengelolaan publikasi media sosial bagi Panwaslu Kecamatan. Dengan adanya surat edaran ini, diharapkan pemanfaatan media sosial Panwaslu Kecamatan mampu mencapai tujuan yang diharapkan yakni adanya publikasi yang informatif, edukatif, impresif, dan advokatif, serta berperan besar dalam mendorong terlaksananya pemilu yang demokratis.

B. TUJUAN

Tujuan dari surat edaran ini adalah sebagai panduan dalam perencanaan dan pelaksanaan publikasi media sosial oleh Panwaslu Kecamatan.

C. RUANG LINGKUP

Ruang lingkup pengelolaan media sosial Panitia Pengawas Pemilu Kecamatan pada tahapan Pemilu 2024 ini meliputi pengelolaan publikasi melalui media sosial di Panwaslu Kecamatan.

D. DASAR HUKUM

1. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 61, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4846);
2. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 182, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6109);
3. Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 99, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5149);
4. Peraturan Presiden Nomor 68 Tahun 2018 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Wewenang, Organisasi, dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal Badan Pengawas Pemilihan Umum, Sekretariat Badan Pengawas Pemilihan Umum Provinsi, dan Sekretariat Badan Pengawas Pemilihan Umum Kabupaten/Kota (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 141);

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

5. Peraturan Menteri Penyagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 102);
6. Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Nomor 1 Tahun 2021 Organisasi Dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal Badan Pengawas Pemilihan Umum, Sekretariat Badan Pengawas Pemilihan Umum Provinsi, Sekretariat Badan Pengawas Pemilihan Umum Kabupaten/Kota, Dan Sekretariat Panitia Pengawas Pemilihan Umum Kecamatan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 411);
7. Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Nomor 3 Tahun 2022 tentang Tata Kerja Dan Pola Hubungan Pengawas Pemilihan Umum (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 889);
8. Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Nomor 5 Tahun 2022 tentang Pengawasan Penyelenggaraan Pemilihan Umum (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 1071);

E. ISI EDARAN

Dalam rangka pengelolaan media sosial Panitia Pengawas Pemilu Kecamatan pada pelaksanaan Pemilu dan Pemilihan Serentak 2024, disampaikan hal-hal sebagai berikut:

1. Guna memperluas jangkauan informasi resmi mengenai pemilu dan pengawasan pemilu, Panwaslu Kecamatan dapat mengelola media sosial.
2. Agar pengelolaan media sosial Panwaslu Kecamatan berkesinambungan pada satu pemilu/pemilihan ke pemilu/pemilihan lainnya maka pembuatan atau aktivasi akun media sosial Panwaslu Kecamatan difasilitasi oleh Bawaslu Kabupaten/Kota, dengan langkah berikut:
    a. Bawaslu Kabupaten/Kota membuatkan akun media sosial Panwaslu Kecamatan.
    b. Alamat email dan nomor telepon yang digunakan untuk memverifikasi akun media sosial Panwaslu Kecamatan, berasal dari Bawaslu Kabupaten/Kota.
    c. Dalam hal Panwaslu Kecamatan telah membuat akun media sosial sebelum berlakunya Surat Edaran ini, *username* dan *password* disampaikan ke Bawaslu Kabupaten/Kota setempat dan mengubah nomor kontak untuk verifikasi akun menjadi nomor kontak yang berasal dari Bawaslu Kabupaten/Kota.
    d. Bawaslu Kabupaten/Kota melakukan pencatatan terhadap data

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

sebagaimana dimaksud poin b dan c serta menjaga kerahasiaan data tersebut.

e. Setelah akun selesai dibuat, Bawaslu Kabupaten/Kota membagikan *username* dan *password* akun media sosial untuk selanjutnya dikelola oleh Panwaslu Kecamatan.

3. Pengelolaan media sosial Panwaslu Kecamatan dilaksanakan dengan mengacu pada Surat Keputusan Nomor 0083/HM.00/K1/03/2022 tentang Pengelolaan Media Sosial.
4. Gambar profil pada akun media sosial Panwaslu Kecamatan mengacu pada model yang digunakan pada profil akun media sosial Bawaslu RI.
5. Setiap konten media sosial yang dipublikasikan menyertakan logo pesan utama Bawaslu di media sosial **"AYO AWASI BERSAMA"** yang ditempatkan pada pojok kanan atas desain. Format logo dapat diunduh pada tautan https://bit.ly/LogoAYB
6. Masa aktif akun media sosial Panwaslu Kecamatan dapat dimulai sejak Panwaslu Kecamatan terbentuk dan berakhir pada saat masa tugas Panwaslu Kecamatan selesai.
7. Dalam hal masa tugas Panwaslu Kecamatan berakhir, Bawaslu Kabupaten/Kota menonaktifkan akun media sosial Panwaslu Kecamatan dan melakukan penggantian *password* akun.
8. Bawaslu Kabupaten/Kota melakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala terhadap pengelolaan media sosial Panwaslu Kecamatan.

9. PENUTUP

Demikian surat edaran ini disampaikan untuk dilaksanakan.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 18 Desember 2022

BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM

KETUA,

RAHMAT BAGJA

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM
REPUBLIK INDONESIA

KEPUTUSAN BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM
NOMOR: 0083/HM.00/K1/03/2022

TENTANG

PEDOMAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DI LINGKUNGAN
BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
KETUA BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM,

Menimbang :

a. bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi melalui media sosial memiliki peran strategis dalam pelaksanaan fungsi kehumasan;

b. bahwa media sosial sebagai salah satu saluran informasi perlu dikelola menjadi sarana yang efektif dalam mendukung kerja dan ketercapaian Visi Misi Badan Pengawas Pemilihan Umum;

c. bahwa pengelolaan media sosial memerlukan pengaturan yang dapat dijadikan pedoman oleh seluruh pengelola media sosial di Lingkungan Badan Pengawas Pemilihan Umum;

d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, b, dan c perlu menetapkan Keputusan Badan Pengawas Pemilihan Umum tentang Pedoman Pengelolaan Media Sosial di Lingkungan Badan Pengawas Pemilihan Umum;

Mengingat :

1. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 61, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4846);

2. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota Menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 23, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5656) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2020 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2020 tentang Perubahan

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

Ketiga atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota Menjadi Undang-Undang Menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 193, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6547);

3. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 182, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6109);
4. Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 99, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5149);
5. Peraturan Presiden Nomor 68 Tahun 2018 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Wewenang, Organisasi, dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal Badan Pengawas Pemilihan Umum, Sekretariat Badan Pengawas Pemilihan Umum Provinsi, dan Sekretariat Badan Pengawas Pemilihan Umum Kabupaten/Kota (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 141);
6. Peraturan Menteri Penyagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 102);
7. Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Nomor 1 Tahun 2021 Organisasi Dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal Badan Pengawas Pemilihan Umum, Sekretariat Badan Pengawas Pemilihan Umum Provinsi, Sekretariat Badan Pengawas Pemilihan Umum Kabupaten/Kota, Dan Sekretariat Panitia Pengawas Pemilihan Umum Kecamatan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 411);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PEDOMAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DI LINGKUNGAN BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

KESATU : Pedoman Pengelolaan Media Sosial di Lingkungan Badan Pengawas Pemilihan Umum merupakan acuan bagi Badan Pengawas Pemilihan Umum, Badan Pengawas Pemilihan Umum Provinsi, Badan Pengawas Pemilihan Umum Kabupaten/Kota, dan Lembaga Pengawas Pemilu *ad hoc* dalam mengelola media sosial;

KEDUA : Pedoman Pengelolaan Media Sosial di Lingkungan Badan Pengawas Pemilihan Umum sebagaimana tercantum dalam Lampiran merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Keputusan Badan Pengawas Pemilihan Umum ini;

KETIGA : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada tanggal : 04 Maret 2022

Ketua,

Abhan

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

LAMPIRAN
KEPUTUSAN BADAN PENGAWAS PEMILU
NOMOR: 0083/HM.00/K1/03/2022
TENTANG PEDOMAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DI LINGKUNGAN BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM

PEDOMAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DI LINGKUNGAN BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM

BAB I
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Salah satu kunci keberhasilan pelaksanaan tugas dan fungsi Badan Pengawas Pemilihan Umum adalah masifnya partisipasi masyarakat. Partisipasi masyarakat hanya dapat diperoleh dengan komunikasi yang baik dan benar. Komunikasi model tersebut akan melahirkan pemahaman publik yang baik dan benar pula terhadap berbagai kebijakan Badan Pengawas Pemilihan Umum.

Saat ini tersedia banyak sekali pilihan media yang memudahkan masyarakat untuk mengakses sesuai dengan kebutuhannya masing-masing, termasuk untuk mencari informasi yang berkembang secara cepat dan aktual. Salah satu pilihan saluran informasi adalah media sosial.

Media sosial merupakan fenomena yang menarik bagi hampir seluruh negara di dunia. Media sosial memiliki sifat yang unik dimana platform ini tidak memerlukan biaya untuk menggunakannya, mudah untuk mengaksesnya, cepat dalam mengirimkan informasi, dan bersifat global yang menyebarkan informasi secara massal.

Sejak awal media sosial dibentuk sebagai tempat untuk penggunanya dapat berpartisipasi, berbagi, dan bertukar informasi sesama pengguna di dalamnya. Hal ini menyebabkan produksi informasi di dalam media sosial tidak lagi dilakukan oleh portal berita besar, namun seluruh pengguna media sosial dapat menjadi sumber dari informasi tersebut. Begitu pula dalam konteks pemilihan konsumen informasinya, siapapun dapat menjadi penikmat informasi yang disajikan pengguna media sosial

Publikasi Badan Pengawas Pemilihan Umum melalui media sosial perlu dilakukan sebagai sarana sosialisasi penyelenggaraan tahapan Pemilu dan Pemilihan 2024 baik kepada badan penyelenggara, peserta pemilu, dan juga pemilih. Publikasi dilakukan untuk menanamkan nilai-nilai yang berkaitan dengan peraturan yang ada dalam Pemilu dan Pemilihan 2024, serta mengajak masyarakat untuk bersama-sama menjaga demokrasi.

Keseluruhan program publikasi di media sosial menjadi elemen strategis dalam mewujudkan pengawasan pemilu yang berintegritas dan berkualitas, serta peningkatan pengawasan partisipasi masyarakat. Hal ini sejalan dengan amanat

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

konstitusi, karena pelaksanaan tingkat partisipasi pemilih dalam pengawasan pemilu yang tinggi merupakan salah satu variabel legitimasi untuk mengukur kesuksesan Pemilihan.

Publikasi Badan Pengawas Pemilihan Umum melalui media sosial merupakan sarana dalam mengoptimalkan penyebaran informasi mengenai tahapan Pemilu dan Pemilihan 2024. Seiring dengan tingginya tuntutan masyarakat untuk lebih dekat dengan Badan Pengawas Pemilihan Umum melalui jalur interaksi langsung dengan publik melalui situs jejaring sosial. Saat ini, terdapat empat akun jejaring sosial yang dimiliki Badan Pengawas Pemilihan Umum, yaitu Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube.

Media sosial memang memiliki karakteristik yang membuatnya pantas digunakan sebagai media alternatif untuk menyebarkan informasi. Akan tetapi dengan sifat media sosial yang bebas, Bawaslu sebagai sebuah lembaga perlu berhati-hati dalam menggunakan hingga menyebarkan informasi terutama untuk menjaga integritas dengan tidak menyebarkan berita kebohongan. Untuk itu, buku Pedoman Pengelolaan Media Sosial ini diperlukan.

Pedoman ini berisi panduan teknis pengelolaan media sosial yang memuat tentang bagaimana sasaran, prinsip, dan strategi pengelolaan media sosial, menentukan pengelola media sosial, anggaran, sarana prasarana minimal yang perlu dipenuhi, tahapan pelaksanaan pengelolaan, koordinasi konten Badan Pengawas Pemilihan Umum RI dengan Badan Pengawas Pemilihan Umum Provinsi dan Badan Pengawas Pemilihan Umum Kabupaten/Kota, larangan dan etika, situasi krisis, pelaporan, dan monitoring evaluasi.

Dengan adanya pedoman ini, diharapkan pemanfaatan media sosial Badan Pengawas Pemilihan Umum mampu mencapai tujuan yang diharapkan yakni adanya publikasi yang informatif, edukatif, impresif, dan advokatif, serta berperan besar dalam mendorong terlaksananya pemilu yang demokratis.

B. MAKSUD DAN TUJUAN

Pedoman ini dimaksudkan sebagai acuan teknis dalam mengelola media sosial bagi unit kerja yang membidangi kehumasan di lingkungan Badan Pengawas Pemilihan Umum, Badan Pengawas Pemilihan Umum Provinsi, Badan Pengawas Pemilihan Umum Kabupaten/Kota, dan lembaga pengawas pemilu yang bersifat *ad hoc*.

Sedangkan pengelolaan media sosial bertujuan untuk:

1. Terlaksananya publikasi melalui media sosial yang informatif, edukatif, impresif, dan advokatif;
2. Terlaksananya diseminasi informasi secara cepat, akurat, dan berkesinambungan bagi masyarakat;
3. Terlaksananya pengelolaan media sosial yang terencana dan terukur;
4. Meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan keterlibatan masyarakat terhadap kebijakan dan program Badan Pengawas Pemilihan Umum; dan

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

5. Memulihkan kepercayaan masyarakat yang turun akibat penyebaran berita bohong atau kondisi krisis.

C. SASARAN

Sasaran Pedoman Pengelolaan Media Sosial di Lingkungan Badan Pengawas Pemilihan Umum adalah:

1. Terwujudnya sistematisasi pengelolaan media sosial secara efektif dan efisien di lingkungan Badan Pengawas Pemilihan Umum; dan
2. Terciptanya pengelolaan media sosial yang optimal dalam meningkatkan citra Badan Pengawas Pemilihan Umum agar semakin baik.

D. ASAS

Asas pengelolaan media sosial meliputi:

1. Faktual, yaitu informasi yang disampaikan melalui media sosial berlandaskan pada data dan fakta yang jelas dengan mempertimbangkan kepentingan umum;
2. Dapat diakses dengan mudah dan diketahui oleh siapa saja, kapan saja, di mana saja dalam menyampaikan pesan secara benar, jujur, dan apa adanya; dan
3. Keikutsertaan (*participation*) dan keterlibatan (*engagement*), yakni penyampaian informasi melalui media sosial yang diarahkan untuk mendorong keikutsertaan dan keterlibatan khalayak dengan cara memberikan komentar, tanggapan, dan masukan.

E. RUANG LINGKUP

Ruang lingkup pedoman ini meliputi pengelolaan media sosial di Badan Pengawas Pemilihan Umum, Badan Pengawas Pemilihan Umum Provinsi, Badan Pengawas Pemilihan Umum Kabupaten/Kota, dan lembaga pengawas pemilu yang bersifat *ad hoc*.

F. PENGERTIAN UMUM

Pengertian umum dalam pedoman ini meliputi hal-hal berikut:

1. Pemilihan Umum yang selanjutnya disebut Pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
2. Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota yang selanjutnya disebut Pemilihan adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah provinsi dan kabupaten/kota untuk memilih gubernur dan wakil gubernur, bupati dan wakil bupati, serta walikota dan wakil walikota secara langsung dan demokratis.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

3. Badan Pengawas Pemilihan Umum yang selanjutnya disebut Bawaslu adalah lembaga penyelenggara Pemilihan Umum yang mengawasi penyelenggaraan Pemilihan Umum di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
4. Badan Pengawas Pemilihan Umum Provinsi yang selanjutnya disebut Bawaslu Provinsi adalah badan yang mengawasi penyelenggaraan Pemilihan Umum di wilayah provinsi.
5. Badan Pengawas Pemilihan Umum Kabupaten/Kota yang selanjutnya disebut Bawaslu Kabupaten/Kota adalah badan untuk mengawasi penyelenggaraan Pemilihan Umum di wilayah kabupaten/kota.
6. Lembaga pengawas pemilu *ad hoc* adalah Panwaslu/Panwas Kecamatan dan Panwaslu Luar Negeri.
7. Media Sosial adalah media berbasis internet yang bersifat dua arah dan terbuka bagi siapa saja, yang memungkinkan para penggunanya dengan mudah berinteraksi, berpartisipasi, berdiskusi, berkolaborasi, serta menciptakan dan berbagi isi.
8. Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun nonelektronik.
9. Hoaks adalah berita, pesan, informasi tidak benar, berisi kebohongan dan belum jelas kebenarannya.
10. Komunikasi adalah suatu proses yang digunakan oleh instansi untuk menyampaikan informasi berupa pesan, ide, gagasan dari satu pihak ke pihak yang lain, bertukar pikiran, atau berpartisipasi dengan kegiatan yang berhubungan dengan orang lain melalui media perantara yang bersifat elektronik maupun non elektronik.
11. Khalayak adalah masyarakat pengguna jasa pelayanan media sosial.
12. Akun adalah data diri atau identitas seseorang atau organisasi dalam media sosial.
13. Instagram adalah salah satu media sosial milik Facebook, Inc. yang memungkinkan para penggunanya berbagi konten baik dalam bentuk video maupun gambar.
14. Twitter adalah situs yang menyediakan layanan online microblogging yang memiliki karakter dan berbasis teks.
15. Facebook adalah situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna dapat saling berinteraksi seperti membagi foto, teks, berita, tautan, atau informasi lainnya dengan pengguna lain di seluruh dunia.
16. Youtube adalah situs website atau aplikasi yang memfasilitasi layanan berbagi video bagi para penggunanya.
17. Hari adalah hari kalender.
18.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

BAB II

PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL

A. PRINSIP PENGELOLAAN

Pengelolaan media sosial dilaksanakan berdasarkan prinsip:

1. Kredibel, yaitu menjaga kredibilitas sehingga informasi yang disampaikan akurat;
2. Integritas, yaitu menunjukkan konsistensi dalam nilai dan etika dalam berbagai hal yang dihasilkan;
3. Responsif, yaitu menanggapi perkembangan situasi dan/atau masukan Khalayak dengan cepat dan tepat;
4. Kelembagaan, yaitu pesan yang disampaikan mewakili kepentingan lembaga, bukan kepentingan pribadi;
5. Interaktif, yakni komunikasi yang dilakukan melalui media sosial bersifat dua arah;
6. Harmonis, yaitu komunikasi instansi pemerintah melalui media sosial yang diarahkan untuk menciptakan hubungan sinergis yang saling menghargai, mendukung, dan menguntungkan di antara berbagai pihak yang terkait;
7. Etis, yaitu pelaksanaan komunikasi instansi pemerintah melalui media sosial yang menerapkan perilaku sopan, sesuai dengan etika dan kode etik yang ditetapkan, serta tidak merugikan orang lain dan menimbulkan konflik;
8. Profesional, yaitu pengelolaan media sosial yang mengutamakan keahlian berdasarkan keterampilan, pengalaman, dan konsistensi; dan
9. Akuntabel, yaitu pemanfaatan media sosial yang dapat dipertanggungjawabkan.

B. STRATEGI

1. Pra-Pelaksanaan Strategi

Pengelolaan media sosial membutuhkan sejumlah cara atau pendekatan untuk mencapai salah satu tujuan publikasi Bawaslu yang informatif, edukatif, impresif, dan advokatif. Strategi pengelolaan media sosial Bawaslu secara umum adalah mematangkan perencanaan, merancang pesan yang tepat, produksi konten yang kreatif, dan evaluasi berkelanjutan.

Dalam mengoptimalkan publikasi media sosial, pengelolaan media sosial perlu diawali dengan langkah sebagai berikut:

a) Mengidentifikasi kondisi aktual tren atau karakter Khalayak terhadap media sosial pada wilayah masing-masing. Analisis dilakukan untuk menentukan:
   1) *platform* media sosial apa yang cocok untuk dipergunakan;
   2) siapa yang menjadi sasaran publikasi;
   3) bagaimana pemahaman Khalayak sasaran terhadap pemilu dan pengawasan pemilu;
   4) bagaimana demografi Khalayak sasaran;
   5) bagaimana ketertarikan Khalayak sasaran terhadap isu pemilu dan pengawasan pemilu; dan

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

6) topik apa yang dibutuhkan Khalayak sasaran dari publikasi Bawaslu.

b) Hasil identifikasi kemudian ditindaklanjuti dengan melakukan analisis lanjutan untuk memahami konten yang memiliki daya tarik untuk Khalayak, memahami kebiasaan waktu bermedia sosial khalayak, dan memahami hal yang membuat khalayak merespon (bertanya, *like, comment, share*, dan lainnya).

c) Menganalisis unsur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pihak internal sebagai bagian penting dalam merumuskan pelaksanaan strategi.

d) Menetapkan target sasaran. Tidak semua pesan cocok untuk setiap orang. Dengan mengetahui target sasaran, akan membantu menyesuaikan kemasan pesan, gaya bahasa, dan lainnya. Memahami Khalayak terutama yang akan menjadi target sasaran dalam program publikasi melalui media sosial merupakan hal penting karena fokus, model, dan pesan yang dibuat nantinya akan diarahkan kepada Khalayak.

2. Pelaksanaan Strategi

Setelah melaksanakan empat langkah awal, selanjutnya ditindaklanjuti dengan menjalankan strategi yang lebih spesifik. Setiap platform media sosial memiliki strategi tersendiri yang spesifik dan disesuaikan dengan karakter platform media sosial yang digunakan. Strategi spesifik ini juga dapat berkaitan dengan rangkaian hasil pemantauan kinerja dan evaluasi media sosial yang secara berkala dilaksanakan oleh pengelola media sosial.

Berikut merupakan strategi yang perlu dilakukan untuk mengoptimalkan publikasi media sosial.

a) Meraih perhatian khalayak melalui perencanaan publikasi yang matang, proses produksi konten yang kreatif, dan penggunaan saluran yang variatif;

b) Membuat dan memperjelas pesan yang disampaikan dengan memastikan ketersambungan antara kemasan pesan dengan tujuan yang hendak dicapai;

c) Menyampaikan pesan yang jelas dan sederhana sehingga mudah dipahami Khalayak. Perlu dirumuskan turunan dari pesan utama yang telah ditetapkan serta menentukan tujuan dari pesan turunan tersebut, apakah memberikan pemahaman pada Khalayak, menjaga kesepahaman Khalayak, atau mendorong keterlibatan aktif Khalayak. Pesan tersebut dikemas dengan penjelasan yang lengkap, mudah dipahami, dan memberikan penggambaran mengenai apa manfaat yang diperoleh Khalayak dengan adanya program dari Bawaslu tersebut;

d) Menyampaikan pesan yang konsisten dan dilakukan secara berkelanjutan;

e) Mengelaborasi pesan mengenai kebijakan atau program dengan rincian kebijakan atau program, latar belakang, tujuan, dan urgensi serta manfaat yang didapatkan Khalayak atau demokrasi Indonesia dalam program atau kegiatan yang dilaksanakan Bawaslu;

f) Mengelaborasi nilai penting bagi khalayak setiap konten yang dibuat;

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

g) Membangun kepercayaan melalui penyampaian bukti capaian kinerja maupun argumen yang rasional;
h) Memproduksi konten media sosial yang menarik;
i) Menyampaikan ajakan bagi Khalayak untuk terlibat secara aktif dalam program Bawaslu;
j) Membangun relasi melalui interaksi dua arah dengan Khalayak melalui media sosial;
k) Memahami klasifikasi informasi. Setiap konten yang dibuat dan hendak dipublikasikan harus dipastikan tidak termasuk dalam informasi yang dikecualikan (bersifat rahasia). Acuan informasi yang termasuk klasfikasi dikecualikan dapat dilihat pada ketentuan yang tercantum dalam undang-undang, peraturan Bawaslu, maupun penetapan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Bawaslu. Informasi tertentu dalam dokumen informasi yang dikecualikan tetap dapat dipublikasikan dengan cara pengemasan tertentu (matriks dan sejenisnya) serta dengan melakukan verifikasi terhadap unit kerja terkait; dan
l) Memantau aktivitas dan evaluasi media sosial secara berkala untuk mengetahui mana jenis konten yang berhasil dan perlu dikembangkan dan menghentikan produksi jenis konten yang tidak berhasil.

3. Merumuskan Pesan

Dalam mengimplementasikan strategi “merumuskan pesan yang tepat bagi Khalayak”, pengelola perlu menetapkan pesan utama publikasi media sosial. Penyusunan pesan utama (pesan payung) publikasi, dilakukan dengan menerjemahkan visi dan misi Bawaslu, rencana strategis, program prioritas, dan kebijakan strategis lainnya menjadi bahan publikasi.

Pesan utama publikasi ditetapkan satu kali dalam satu tahun dan dalam kondisi tertentu dapat dilakukan penyesuaian. Pesan utama tersebut merupakan acuan dalam perumusan pesan pilar yang pembagiannya dapat berdasarkan bulan, situasi, atau tahapan pemilu/pemilihan tertentu.

Pesan utama publikasi dan pesan pilar ditetapkan oleh Bawaslu RI, dengan mempertimbangkan usulan dari Bawaslu Provinsi dan/atau Bawaslu Kabupaten/Kota.

Guna memaksimalkan efektivitas kampanye media sosial, setiap konten media sosial yang dibuat perlu dikaitkan dengan pesan pilar yang telah ditetapkan. Sebagai contoh pesan utama publikasi Bawaslu yang ditetapkan pada 2022 adalah “Bersama Awasi Pemilu untuk Wujudkan Keadilan Pemilu”. Pesan utama tersebut kemudian perlu ditopang oleh pesan-pesan turunan yang ditetapkan berdasarkan waktu (per bulan) atau tahapan tertentu misalnya “Hak Memilih adalah Hak Asasi Manusia”, “Ayo Awasi Pemutakhiran Daftar Pemilih”, “Bawaslu Siap Awasi Pemutakhiran Daftar Pemilih”, dan pesan pilar lainnya. Pesan-pesan turunan tersebut kemudian menjadi rujukan dalam perencanaan dan produksi konten media sosial.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

Pesan publikasi perlu disampaikan atau dikemas secara sederhana pada keseluruhan rangkaian publikasi media sosial. Setiap publikasi yang dilakukan diupayakan dikaitkan dengan pesan utama publikasi Bawaslu maupun pesan turunannya, yang telah ditentukan untuk mendukung ketercapaian tujuan.

4. Pilar Konten

Guna menindaklanjuti pesan utama dan pesan turunan yang telah dibuat maka perencanaan konten perlu memperhatikan pilar konten Bawaslu. Pilar konten merupakan kumpulan kategori atau kelompok konten yang ditetapkan agar konten yang dibuat lebih terorganisir, sesuai tujuan publikasi dan tidak keluar dari batasan yang telah ditentukan.

Terdapat lima Pilar Konten Bawaslu, yakni:

a. Bawaslu Terkini, merupakan kategori konten yang memberikan informasi mengenai hal atau peristiwa terbaru yang berasal dari internal Bawaslu;
b. Isu Terkini, merupakan kategori konten yang memberikan informasi mengenai hal atau peristiwa terbaru yang berasal dari eksternal Bawaslu;
c. Bersama Mengawasi (partisipasi masyarakat), merupakan kategori konten yang bertujuan mengajak partisipasi masyarakat untuk turut mengawasi pelaksanaan pemilihan umum/pemilihan;
d. Pengenalan Lembaga, merupakan kategori konten yang memberikan informasi mengenai tugas, fungsi, dan kewenangan Bawaslu; dan
e. Edukasi, merupakan kategori konten yang bertujuan memberikan edukasi atau pengetahuan kepada Khalayak.

Pilar konten berisi pilihan jenis konten yang dapat menjadi rujukan bagi pengelola media sosial dalam membuat perencanaan dan memproduksi konten. Konten media sosial yang diproduksi dapat dielaborasi dari bidang yang ada di Bawaslu seperti pengawasan, penanganan pelanggaran, penyelesaian sengketa, sumber daya manusia, organisasi, hukum, hubungan masyarakat, keuangan, data informasi, dan bidang lainnya.

Jenis konten yang dapat diproduksi terdiri atas:

a. Konten kegiatan atau pelaksanaan tugas dan fungsi. Berisi foto dan narasi mengenai kegiatan Bawaslu yang sedang atau telah berlangsung dan/atau informasi mengenai pelaksanaan tugas dan fungsi Bawaslu;
b. Konten di balik layar. Berisi aktivitas dalam mempersiapkan kegiatan, persiapan pelaksanaan tugas dan fungsi Bawaslu, dan lainnya;
c. Konten kutipan (*quote*). Merupakan konten yang mengandalkan kekuatan kata-kata kutipan atau keterkenalan tokoh yang menyampaikan kata-kata tersebut. Subjek yang menyampaikan kutipan dapat berasal dari internal maupun eksternal Bawaslu. Kata-kata dalam konten kutipan dapat berupa penegasan terhadap suatu hal, intisari dari suatu program/kegiatan, kata-kata yang menginspirasi, memotivasi, dan lainnya;
d. Konten foto sejarah. Konten ini berisi penyampaian foto yang penyebarannya disesuaikan dengan tanggal penting yang terjadi atau momen sama yang

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

terjadi pada masa lampau dan terhadap isu aktual yang dapat dikaitkan dengan foto sejarah;

e. Konten foto humanis. Konten ini berisi penyampaian foto dalam keseharian pelaksanaan tugas dan fungsi Bawaslu dalam kondisi yang sealami mungkin. Foto humanis tidak hanya dapat mengambil pengawas pemilu sebagai objeknya, namun juga keseharian pengawasan pemilu, reaksi, maupun tindakan spontan dalam menghadapi situasi tertentu;
f. Konten data hasil pelaksanaan tugas dan fungsi Bawaslu. Konten ini berisi ringkasan data yang sifatnya terbuka terkait hasil pengawasan, penanganan pelanggaran, penyelesaian sengketa, sumber daya manusia pengawas pemilu, dan lainnya;
g. Konten tren pelanggaran. Konten yang berisi data tren atau modus pelanggaran pemilu/pemilihan baik terhadap pemilu/pemilihan yang tengah berlangsung maupun data tren pemilu-pemilu sebelumnya;
h. Konten istilah. Konten yang berisi istilah pemilu/pemilihan dan pengawasan pemilu/pemilihan;
i. Konten edukasi. Berisi informasi yang memberikan penjelasan bagi Khalayak mengenai sejarah, isi peraturan perundang-undangan, maupun isu tertentu mengenai pemilu/pemilihan dan pengawasan pemilu/pemilihan;
j. Konten tips, yang berisi rekomendasi-rekomendasi dalam melakukan sesuatu atau menghindari sesuatu yang terkait dengan pemilu/pemilihan;
k. Konten peringatan hari besar nasional maupun internasional yang terkait dengan Bawaslu, pemilu/pemilihan, dan demokrasi;
l. Konten peringatan Hari Ulang Tahun kemerdekaan, lembaga negara, organisasi kemasyarakatan, dan *stakeholder* Bawaslu;
m. Konten penghargaan. Konten yang berisi informasi mengenai penghargaan yang diterima Bawaslu;
n. Konten pengumuman. Konten yang berisi informasi mengenai pengumuman resmi yang dikeluarkan Bawaslu;
o. Konten larangan. Konten yang berisi informasi mengenai larangan dan sanksi dalam tahapan atau tindakan tertentu;
p. Konten program pengawasan partisipatif. Konten yang berisi informasi mengenai program Bawaslu dalam pengawasan partisipatif;
q. Konten partisipasi masyarakat. Konten yang berisi ajakan dan cara bagi khalayak untuk berpartisipasi aktif mendukung pemilu berintegritas melalui program pengawasan partisipatif;
r. Konten prosedur layanan. Berisi langkah-langkah cara bagi khalayak untuk mengurus layanan tertentu di Bawaslu, seperti pengaduan pelanggaran, penyelesaian sengketa, permohonan informasi, dan lainnya;
s. Konten regulasi. Konten yang berisi regulasi terkait pelaksanaan pemilu/pemilihan;
t. Konten klarifikasi isu hoaks. Konten yang berisi klarifikasi terhadap isu hoaks yang terkait dengan Bawaslu;

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

u. Konten kedukaan. Konten yang berisi ucapan atas terjadinya musibah atau kabar duka cita dari pihak tertentu dalam internal atau eksternal Bawaslu;
v. Konten dukungan Bawaslu terhadap program/kebijakan pemerintah. Berisi dukungan terhadap program/kebijakan pemerintah seperti program penanganan Covid-19, program pembangunan zona integritas, dan lainnya yang relevan. Publikasi konten ini tetap memperhatikan kesesuaian dengan tugas dan fungsi serta aspek kemandirian kelembagaan Bawaslu;
w. Konten kuis atau *game*. Konten ini berisi pertanyaan, ajakan tertentu, maupun permainan yang menawarkan hadiah bagi khalayak. Konten ini banyak digunakan untuk meningkatkan engagament, *reach*, dan *follower* media sosial; dan
x. Konten lainnya sepanjang tidak keluar dari batasan pilar konten dan acuan lain yang diatur dalam Pedoman ini.

Hubungan antara pilar konten dengan jenis konten yang akan diproduksi dapat tergambarkan pada tabel berikut:

Bawaslu Terkini	Isu Terkini	Bersama Mengawasi	Pengenalan Lembaga	Edukasi
Konten kegiatan atau pelaksanaan tugas dan fungsi	Konten peringatan hari besar	Konten saluran partisipasi publik untuk mengawasi pemilu	Konten tugas, fungsi, dan kewenangan	Konten prosedur layanan
Konten di balik layar	Konten peringatan HUT kemerdekaan, lembaga negara, organsasi kemasyarakatan, dan stakeholder	Konten kutipan/inspirasi	Konten di balik layar	Konten kutipan
Konten kutipan	Konten dukungan Bawaslu terhadap program/kebijakan pemerintah	Konten larangan pada tahapan tertentu dan sanksi	Konten foto sejarah	Konten istilah pemilu dan pengawasan pemilu
Konten data		Konten kuis	Konten kuis	Konten tips
Konten penghargaan		Konten prosedur melaporkan dugaan pelanggaran		Konten tren atau modus pelanggaran
Konten pengumuman		Konten foto humanis dalam pelaksanaan tugas dan fungsi		Konten regulasi
Konten kedukaan		Konten program Bawaslu dalam pengawasan partisipatif		
Konten klarifikasi isu hoaks				

C. PENGELOLA MEDIA SOSIAL

Media sosial Bawaslu dikelola secara teknis oleh unit kerja yang melaksanakan fungsi kehumasan. Dalam melaksanakan tugas pengelolaan secara teknis dan kebijakan, pengelolaan media sosial berada di bawah koordinasi

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

koordinator divisi atau anggota Bawaslu, Bawaslu Provinsi, dan Bawaslu Kabupaten/Kota yang membidangi kehumasan, sesuai tingkatan masing-masing.

Pengelola Media Sosial terdiri atas:

1. Pembina, yakni Ketua dan Anggota Bawaslu serta pimpinan satuan kerja sesuai tingkatan masing-masing. Pembina bertanggung jawab memberikan arah kebijakan dalam penyelenggaraan pengelolaan media sosial;
2. Penanggung Jawab, yakni Pejabat Tinggi Pratama pada Bawaslu RI, pejabat eselon III pada Bawaslu Provinsi, dan pejabat eselon IV pada Bawaslu Kabupaten/Kota yang membidangi kehumasan. Penanggung Jawab bertanggung jawab dalam penyelenggaraan pengelolaan publikasi melalui media sosial, termasuk pengembangan sumber daya manusia, evaluasi pelaksanaan program, dan menyusun anggaran program;
3. Koordinator, yakni pejabat fungsional pada Bawaslu RI dan Bawaslu Provinsi, dan pejabat eselon IV pada Bawaslu Kabupaten/Kota yang membidangi kehumasan. Koordinator bertanggung jawab mengkoordinasikan perencanaan, pelaksanaan pengelolaan, pengawasan teknis, pemantauan, dan evaluasi pengelolaan media sosial;
4. Admin dan Penyedia Konten, yakni staf/pejabat fungsional yang mendukung teknis pelaksanaan seluruh tahapan pengelolaan media sosial. Admin dan Penyedia Konten bertanggung jawab dalam produksi konten, publikasi konten pada seluruh akun media sosial, berinteraksi dengan Khalayak di akun media sosial, dan memantau perkembangan konten; dan
5. Susunan struktur pengelola media sosial ditetapkan oleh Ketua Bawaslu sesuai tingkatan masing-masing.

D. AKUN MEDIA SOSIAL

1. Bawaslu pada masing-masing tingkatan menetapkan platform media sosial yang akan digunakan sebagai media publikasi resmi, sesuai dengan hasil identifikasi aktual tren media sosial dan karakter khalayak yang disasar.
2. Ketua Bawaslu pada masing-masing tingkatan menetapkan Keputusan mengenai platform media sosial dan nama akun resmi media sosial yang dipergunakan oleh lembaga.
3. Pengelola media sosial perlu memperhatikan aspek kelengkapan akun media sosial yang paling sedikit terdiri atas:
   a) *Username*, menggunakan nama lembaga dan wilayah tugas.
   b) Kategori, menggunakan kategori pemerintah
   c) Untuk platform *Facebook*, pengelola media sosial menggunakan *Facebook fanpage*.
   d) Profil, yang paling sedikit memuat:
      1) keterangan profil dengan format “Akun resmi (nama platform media sosial) Badan Pengawas Pemilihan Umum (tingkatan Bawaslu masing-masing);
      2) ringkasan tugas dan fungsi;

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

3) nama akun media sosial pada platform media sosial lainnya;
4) alamat *website* Bawaslu sesuai tingkatan masing-masing;
5) alamat kantor Bawaslu sesuai tingkatan masing-masing; dan
6) alamat *email* Bawaslu sesuai tingkatan masing-masing.

e) Gambar profil pada akun resmi media sosial menggunakan logo resmi Lembaga, maskot, atau gambar kantor setempat.
f) Kualitas foto yang digunakan pada profil beresolusi tinggi.

4. Pengelola media sosial perlu memperhatikan aspek keamanan akun media sosial yang paling sedikit terdiri atas:
   a) Menggunakan kata sandi yang kuat, disarankan terdiri atas variasi huruf, angka, dan karakter lainnya;
   b) Ubah kata sandi secara berkala;
   c) Mengaktifkan otentifikasi dua factor;
   d) Memasukkan nomor HP sebagai pengamanan; dan
   e) Menjaga kerahasiaan kata sandi dan tidak memberikan kata sandi kepada pihak lain yang tidak berkepentingan.
5. Terhadap lembaga pengawas pemilu *ad hoc*, jangka waktu penggunaan akun media sosial terbatas selama masa tugas.
6. Dalam hal masa tugas lembaga pengawas pemilu *ad hoc* berakhir, *username* dan *password* diserahkan kepada Bawaslu Kabupaten/Kota dan/atau Bawaslu Provinsi setempat.
7. Bawaslu Kabupaten/Kota dan/atau Bawaslu Provinsi selanjutnya melakukan penonaktifan akun sebagaimana dimaksud pada poin 6, yang dapat diaktifkan kembali pada saat lembaga pengawas pemilu *ad hoc* kembali dibentuk.

E. SARANA DAN PRASARANA

Dalam menunjang pelaksanaan pengelolaan media sosial diperlukan sarana dan prasarana. Sekretariat menyediakan sarana dan prasarana yang dapat menopang efektivitas pelaksanaan pengelolaan publikasi melalui media sosial. Sarana dapat berupa kamera, laptop, komputer dengan spek optimal untuk desain grafis hingga editing video, maupun peralatan multimedia lainnya. Sedangkan prasarana dapat berupa jaringan listrik dan internet yang baik, *software* dan berlangganan platform desain grafis atau editing video, dan prasarana lainnya.

Pemegang akun/admin media sosial Bawaslu diharap menggunakan alat tersendiri, yang terpisah dari akun pribadi milik admin media sosial. Hal itu untuk menghindari terjadinya kesalahan posting (seharusnya dipublikasikan pada akun pribadi menjadi terunggah pada akun Bawaslu, dan sebaliknya). Selain itu juga untuk mencegah kesalahan penggunaan akun Bawaslu secara tidak sengaja dalam aktivitas pribadi admin seperti mem-*follow*, *like*, dan berkomentar pada akun-akun atau konten-konten yang substansinya tidak sesuai dengan nilai-nilai umum dan Bawaslu.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

F. PELAKSANAAN PENGELOLAAN

Pengelolaan Media Sosial dilaksanakan berdasarkan tahapan yang terdiri atas:

1. Perencanaan;
2. Penyiapan data;
3. Produksi;
4. Reviu dan Otorisasi;
5. Penyebaran konten;
6. Pemantauan; dan
7. Evaluasi.

F.1. Perencanaan

Perencanaan konten merupakan awal dari rangkaian tahapan pengelolaan media sosial. Tahapan ini dilaksanakan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai program publikasi media sosial yang akan dilaksanakan atau konten yang akan dibuat. Tahapan ini juga dilaksanakan untuk menentukan tujuan/target dari kampanye di media sosial sehingga langkah-langkah pengelolaan media sosial terukur. Tujuan/target ini berupa isu yang difokuskan dan jumlah *reach/engagement* yang ingin dicapai dalam periode tertentu, yang dapat dibagi ke dalam tiga kategori, yakni:

1. Tujuan/target jangka pendek: harian/pekan
2. Tujuan/target jangka menengah: bulanan
3. Tujuan/target jangka panjang: tahunan

Sejalan dengan tujuan/target di atas, perencanaan konten disusun pada tiga kategori waktu, yakni:

1. Tahunan untuk merumuskan perencanaan kebijakan pengelolaan media sosial selama setahun,
2. Bulanan dengan membuat kalender konten yang merujuk pada petunjuk 12 isian kalender konten dan dituangkan dalam tabel perencanaan konten.
3. Mingguan, untuk menajamkan perencanaan bulanan dan triwulan serta memutakhirkan isu atau mengukur relevansi dari perencanaan yang dibuat dikaitkan dengan kondisi aktual.

Perencanaan tahunan dilaksanakan untuk menentukan gambaran besar pelaksanaan pengelolaan media sosial. Gambaran besar tersebut selanjutnya dipertajam melalui perencanaan bulanan dan mingguan. Pada perencanaan mingguan dan bulanan perlu disusun kalender konten yang paling sedikit berisi:

1. waktu penayangan konten;
2. program/kegiatan/hari besar/isu yang ada dan/atau ingin dibuat;
3. pesan, topik, dan judul konten;
4. kategori atau jenis konten (teks, foto, audio, video, infografis, dan lainnya);

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

5. platform atau media yang digunakan;
6. uraian mengenai rancangan desain konten sebagai panduan pembuat konten;
7. target atau tujuan konten;
8. dokumen atau data pendukung yang dibutuhkan;
9. takarir atau caption beserta *hashtag* yang digunakan;
10. *deadline* pembuatan konten;
11. waktu distribusi atau penayangan (tanggal dan jam); dan
12. penanggung jawab produksi konten.

Dalam hal implementasi pengelolaan media sosial telah berjalan secara reguler, tahapan perencanaan konten merupakan kelanjutan dari tahapan evaluasi yang memotret kinerja pelaksanaan publikasi melalui media sosial. Pada perencanaan bulanan, hasil evaluasi terhadap pelaksanaan publikasi media sosial bulan berjalan dijadikan pertimbangan dalam perencanaan konten bulan berikutnya.

F.2. Penyiapan Data

Dukungan data merupakan hal yang krusial dalam proses pembuatan konten media sosial. Ketersediaan data yang baik akan membantu mempercepat proses pembuatan konten serta mengurangi potensi kesalahan substansi konten media sosial.

Pengelola media sosial harus mampu berkoordinasi dengan unit kerja lain yang menguasai data serta memastikan data yang digunakan merupakan data yang berkualitas. Data yang digunakan harus memenuhi sejumlah indikator, yakni:

1. Resmi, yakni data tersebut merupakan data yang resmi dikeluarkan oleh Bawaslu atau instansi lain yang datanya dijadikan rujukan;
2. Sinkron, yakni data tersebut sesuai atau tepat dengan tema konten yang akan dibuat;
3. Terbuka, yakni data tersebut harus dipastikan berstatus informasi yang tidak dikecualikan atau rahasia;
4. Aktual, yakni data yang baru dihasilkan perlu segera dimuat menjadi konten media sosial; dan
5. Akurat, yakni data tersebut harus diolah dan dimuat secara cermat.

F.3 Produksi Konten

Setelah tahapan perencanaan dilaksanakan dan data yang dibutuhkan telah tersedia maka selanjutnya masuk pada tahapan produksi konten. Produksi konten media sosial merupakan sebuah proses konkretisasi atau memvisualisasikan konsep, teks petunjuk, dan ide-ide sebagaimana tertuang dalam tabel perencanaan serta mengolah data dukung menjadi sebuah konten media sosial.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

Pada tahapan ini bahan-bahan produksi konten diolah menjadi konten yang menarik dan berkualitas secara substansi maupun tampilannya untuk masing-masing platform media sosial. Proses produksi desain dapat dilakukan dengan menggunakan program desain, seperti *Adobe Photoshop, Adobe Ilustrator, Adobe After Effect, Adobe Indesign, CorelDraw, Canva, Adobe Premiere Pro, Kine Master, Adobe Premiere Rush, InShot, VivaVideo, VideoShow, FilmoraGo*, ataupun program desain lainnya. Setiap platform media sosial memiliki preferensi konten yang paling menarik bagi penggunanya.

Tantangan produksi konten media sosial adalah tuntutan untuk kecepatan mempublikasikan namun dengan tidak mengurangi keakuratan dan dapat menarik perhatian Khalayak. Pengelola media sosial dapat membuat konten berupa informasi, pengetahuan, dan hiburan, atau kombinasi di antara ketiganya dengan memperhatikan detail-detail tertentu agar pesan utama dapat tersampaikan secara utuh dan mudah dipahami.

a) Bentuk Konten

Bentuk konten yang dapat dibuat diantaranya:

1. Konten Tulisan

Konten tulisan dapat terdiri dari rangkaian huruf, kata, kalimat, angka, dan/atau simbol yang menerangkan informasi mengenai suatu pesan tertentu. Dalam proses produksi, konten tulisan memerlukan keahlian dengan memahami banyak istilah bahasa serta cermat dalam memilih dan merangkai kata untuk membuat konten tulisannya menarik dan mudah dipahami oleh Khalayak.

Pada tahap produksi, pengelola media sosial perlu mengemas seluruh data menjadi tulisan yang singkat, jelas, dan menarik namun tetap berisi semua poin penting yang ingin disampaikan.

Dalam memproduksi konten tulisan, pengelola perlu memperhatikan:

a. Tulisan dibuat secara sederhana, jelas, dan lugas terarah pada topik yang dibuat;
b. Menggunakan kata-kata yang efektif untuk membentuk kalimat yang ringkas;
c. Mengutamakan penggunaan kalimat aktif;
d. Kalimat gunakan istilah yang dipahami umum. Dalam hal menggunakan istilah baru atau asing, perlu dilengkapi dengan penjelasan mengenai istilah tersebut; dan
e. Pemakaian huruf, penulisan kata, dan pemakaian tanda baca merujuk pada Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI).

2. Konten Gambar

Selain berupa teks atau tulisan, konten media sosial juga dapat berupa konten visual. Secara umum konten gambar dapat dibagi menjadi:

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

a. Foto Dokumentasi

Hal yang harus diperhatikan dalam penayangan foto dokumentasi sebagai konten media sosial adalah:

1) Kualitas foto harus baik dan beresolusi tinggi;
2) Objek yang ingin diceritakan harus jelas;
3) Foto dokumentasi yang digunakan diupayakan memiliki objek yang terlihat aktif dan dinamis, tidak monoton, kaku, atau pasif;
4) Hindari penggunaan objek foto yang berpotensi munculnya anggapan ketidaknetralan (simbol, gestur jari atau tangan, dan lainnya);
5) Memperhatikan komposisi warna dan komposisi foto untuk membantu mengharmonisasi elemen-elemen foto menjadi menarik;
6) Membuat beberapa pilihan foto sebagai konten media sosial, baik dari aspek sudut pengambilan gambar (foto sudut lebar/ *wide angle*, foto sudut menengah /*mid angle*, dan foto *close up*) maupun dari aspek keberagaman objek foto;
7) Penempatan tulisan pada gambar harus saling melengkapi dan tidak menghalangi objek yang menjadi fokus utama foto; dan
8) Memaksimalkan penggunaan takarir atau *caption* untuk memperjelas objek foto pesan yang ingin disampaikan.

b. Foto kutipan

Foto kutipan adalah konten media sosial yang menggabungkan gambar dan tulisan yang berisi kutipan menarik yang memiliki makna atau pesan yang kuat dari seorang tokoh.

c. Kolase Foto

Kolase foto merupakan penggabungan kumpulan foto yang disatukan dalam satu frame untuk dijadikan satu konten media sosial. Konten dengan teknik kolase foto dimaksudkan untuk memberikan pesan dan kesan tertentu seperti momen, kinerja, atau pengalaman.

d. Poster

Poster merupakan konten publikasi media sosial yang terdiri atas tulisan, gambar ataupun kombinasi antar keduanya dengan tujuan memberikan informasi atau pesan tertentu yang dianggap penting kepada Khalayak. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam membuat poster adalah:

1) Membuat gambar yang menarik yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan;
2) Memberi paduan warna yang baik dan kontras untuk menarik perhatian;

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

3) Memperhatikan warna yang menjadi ciri khas media sosial yang dikelola;
4) Membuat tanda air (*watermark*) yang menjadi ciri khas konten resmi yang dikeluarkan oleh Lembaga;
5) Menggunakan bahasa yang singkat dan jelas; dan
6) Hindari terlalu banyak informasi yang disampaikan dalam satu halaman poster yang dapat menjadikan informasi tidak fokus. Dalam hal informasi yang ingin disampaikan banyak, dapat dibuat dalam beberapa poster.

e. Infografis

Infografis merupakan konten media sosial yang memvisualisasi data atau informasi yang kompleks agar dapat mudah dipahami oleh khalayak. Infografis disajikan dalam bentuk teks serta dipadukan dengan beberapa elemen visual seperti gambar, ilustrasi, dan grafik.

Infografis yang baik mensyaratkan adanya kemampuan analisis informasi, kemampuan menyampaikan (*storytelling*) pesan, dan kemampuan mendesain yang baik.

f. Konten Video

Salah satu format konten media sosial yang menjadi tren belakangan adalah konten video. Ragam jenis konten video yang dapat dibuat antaranya video layanan masyarakat yang menyajikan pesan-pesan tertentu, sosialisasi sebuah produk, maupun perihal tata cara atau mekanisme tertentu, videografis yang menampilkan video dalam bentuk animasi, video slideshow yang menampilkan kumpulan foto baik terkait kinerja atau momen tertentu dengan interval waktu tertentu juga, serta video reportase.

b) Judul

Judul merupakan salah satu elemen penting konten media sosial. Khalayak cenderung melihat judul sebelum membaca keseluruhan konten. Karena itu judul yang digunakan harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

1) Menggunakan maksimal 10 kata;
2) Mewakili isi keseluruhan atau mengajak (persuasi) untuk membaca lebih lanjut data atau konten yang disajikan;
3) Menggunakan kalimat aktif; dan
4) Menunjukkan manfaat konten dari judulnya.

c) Ikon dan Simbol

Penggunaan ikon atau simbol dilakukan dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1) Digunakan untuk membantu pemahaman khalayak terhadap tujuan konten menjadi lebih cepat;
2) Bersifat simbolis dan universal;
3) Simbol yang digunakan mudah dikenali artinya;

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

4) Menghindari penggunaan simbol yang multitafsir atau dapat dikaitkan dengan keberpihakan terhadap partai politik/pasangan calon/peserta pemilu;
5) Digunakan dalam menampilkan data; dan
6) Penggunaan ikon dan simbol harmoni dengan elemen lainnya.

d) Visualisasi Data

Dalam memproduksi konten media sosial khususnya yang bertujuan untuk menyampaikan data, terdapat beberapa unsur yang perlu diperhatikan agar data yang ditampilkan dapat dengan mudah dipahami.

1) Simpel, yakni data disampaikan dalam tampilan sederhana dengan menghilangkan elemen-elemen yang tidak penting;
2) Jelas, yakni data harus tersampaikan dengan jelas; dan
3) Visual, yakni membuat unsur simpel dan jelas yang telah disiapkan menjadi gabungan unsur yang menarik serta memunculkan pemahaman yang lebih kuat terhadap data yang ditampilkan.

e) Identitas Konten

1) Tanda Air

Sebagai bahan publikasi resmi lembaga, konten media sosial yang dipublikasikan perlu diberikan penanda berupa tanda air (*watermark*) didalamnya. *Watermark* berfungsi sebagai identitas konten Bawaslu, memperkuat *branding* Bawaslu, dan untuk menjaga originalitas konten. *Watermark* Bawaslu dapat berupa:

i. Logo Bawaslu, yang ditempatkan pada bagian atas desain konten. Dalam hal produksi konten tertentu (program, kegiatan, ulang tahun institusi tertentu, atau perayaan tertentu) yang memiliki logo resmi, dapat dimuat dengan komposisi penempatan logo Bawaslu pada pojok kiri atas desain, sedangkan logo lainnya ditempatkan pada pojok kanan atas desain.
ii. Saluran informasi resmi Bawaslu lainnya (*website* dan platform media sosial), yang ditempatkan pada bagian bawah desain konten.

2) Warna

i. Menggunakan satu warna yang konsisten sebagai warna dasar desain konten media sosial.
ii. Warna yang digunakan sebagai warna dasar desain konten serasi dan sesuai dengan identitas Bawaslu.
iii. Selain warna sebagai dasar desain konten, pengelola media sosial perlu memperhatikan penggunaan warna dari elemen-elemen yang digunakan dalam desain konten dan disesuaikan dengan warna dasar. Sebagai contoh, akun media sosial Bawaslu RI menggunakan warna krem/ *beige* dengan kode #f2efe7 dalam model warna HEX. Sedangkan warna elemen menggunakan beberapa pilihan seperti oranye (#f7921c), biru dongker (#2e4651), merah (#df0000), maupun hitam (#000000).

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

iv. Warna teks dan warna background memiliki kontras yang nyaman dibaca. Perlu dihindari penggunaan misalnya warna merah terang dengan teks kuning yang akan menyulitkan untuk dibaca.

3) *Font*

i. Konten media sosial yang dibuat tidak menggunakan terlalu banyak *font* berbeda dalam satu konten.
ii. Direkomendasikan hanya menggunakan dua jenis *font* berbeda, yakni untuk judul *font* dan *body font*. Paling banyak menggunakan 3 (tiga) jenis *font* dalam satu desain.
iii. Tidak direkomendasikan untuk menggunakan kombinasi dua jenis *font* yang mirip dalam satu desain. Perlu dibuat hierarki visual yang jelas diantara kedua *font*, dimana satu *font* sebagai judul harus lebih menonjol dibanding *font* lainnya (baik melalui pengaturan ukuran besar kecil ataupun ketebalan *font*).
iv. Dalam hal desain konten membutuhkan *font* bold atau yang dicetak tebal, direkomendasikan hanya digunakan untuk bagian judul atau bagian lain yang ingin diberi penekanan khusus. Tidak direkomendasikan untuk menggunakan font bold atau yang dicetak tebal pada keseluruhan teks yang ada dalam desain konten.
v. Tidak direkomendasikan untuk menggunakan huruf kapital pada keseluruhan teks yang ada dalam desain konten.
vi. Pastikan jarak antar huruf tidak terlalu renggang atau terlalu rapat.
vii. Pastikan jarak antar baris rapi dan mudah dibaca.

F.4 Reviu dan Otorisasi Draf Konten

Seluruh konten media sosial yang akan dipublikasikan harus terlebih dahulu direviu dan mendapat persetujuan (otorisasi) sebelum dipublikasikan. Proses reviu dan otorisasi draf konten dilakukan setelah pembuat konten media sosial menyelesaikan tugas pembuatan konten.

Kewenangan reviu dan otorisasi konten diberikan kepada Anggota Bawaslu yang membidangi kehumasan dan dapat didelegasikan kepada pejabat struktural yang membidangi publikasi, atau pejabat fungsional yang ditunjuk.

Proses reviu dan otorisasi merupakan tahapan untuk melihat kelaikan draf konten media sosial maupun takarir yang digunakan. Beberapa hal yang perlu menjadi perhatian dalam proses otorisasi adalah:

a. Memastikan draf konten yang dihasilkan sesuai dengan yang sebelumnya direncanakan. Dalam hal terjadi perubahan, pastikan tidak mengurangi atau menghilangkan pesan yang ingin disampaikan;

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

b. Memastikan draf konten yang dihasilkan masih relevan (baik terhadap waktu yang telah ditetapkan maupun terhadap perkembangan isu tertentu);
c. Memastikan kebenaran dan ketepatan dari draf konten;
d. Memastikan pesan yang ingin disampaikan termuat secara tepat dalam draf konten;
e. Memastikan tidak ada unsur-unsur (foto, elemen, dalam draf konten yang berpotensi memunculkan anggapan ketidaknetralan (simbol, gestur jari atau tangan, dan lainnya) dan/atau pelanggaran lainnya;
f. Memastikan tidak ada rincian dalam draf konten yang membingungkan atau tidak jelas;
g. Memastikan desain yang dibuat memiliki ciri khas konten masing-masing Bawaslu; dan
h. Dalam konten tulisan, perlu dipastikan kesesuaian ejaan, tanda baca, diksi, kalimat, dan sistematika tulisan.

Dalam hal draf konten telah sesuai dengan perencanaan dan batasan-batasan yang telah ditentukan, maka proses selanjutnya adalah penyebaran konten. Sedangkan apabila terdapat hal yang perlu diperbaiki maka harus dilakukan revisi berdasarkan catatan yang ada. Hasil revisi kemudian disampaikan kembali kepada penanggung jawab reviu sebelum dilakukan penyebaran konten.

F.5 Penyebaran Konten

Setelah draf konten telah selesai, direviu, dan mendapat persetujuan untuk dipublikasikan, tim pengelola media sosial melakukan penyebaran konten pada platform sebagaimana telah direncanakan sebelumnya. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan mengenai penyebaran konten, yakni waktu, takarir atau *caption, dan* tagar.

a. Waktu

Waktu penyebaran dapat merujuk pada referensi waktu penayangan konten masing-masing platform media sosial maupun juga waktu berdasarkan hasil analisa kinerja konten yang menunjukkan waktu paling aktif dari para follower dalam menggunakan media sosial. Dalam hal terdapat referensi waktu yang menunjukkan hari atau jam yang paling rendah aktivitas *follower*, pengelola media sosial dapat memuat konten-konten yang menarik minat, seperti kuis, humor, dan jenis konten lainnya.

Pengelola media sosial disarankan secara konsisten mempublikasikan konten media sosial setiap hari, paling sedikit satu kali dalam tiga hari. Namun demikian dalam pengelolaan media sosial juga perlu dihindari prinsip “makin banyak konten semakin baik”. Dalam satu hari jumlah konten yang disebarkan disarankan tidak lebih dari tiga konten, dan dalam kondisi tertentu atau luar biasa dapat disesuaikan dengan kebutuhan.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

Terkait waktu penyebaran, khususnya hari, juga dapat digunakan sebagai strategi untuk memperkuat identitas atau pengenalan akun media sosial lembaga, dengan cara membuat jadwal tematik seperti Senin Data, Selasa Sejarah Pemilu, Rabu Kamus Pemilu/pemilihan, Kamis Kuis, Jumat Bawaslu Update dan sebagainya.

b. Takarir

Takarir digunakan untuk optimalisasi konten dengan menggunakan kekuatan kata-kata. Takarir diupayakan menyertakan kalimat ajakan untuk khalayak berpartisipasi dalam konten yang ditayangkan seperti ajakan, melalui pertanyaan mengenai tanggapan khalayak, dan lainnya.

c. Sapaan

1) Bagi khalayak

Untuk memperkuat hubungan dengan khalayak maka dalam takarir menyebut khalayak dengan sapaan Sahabat Bawaslu.

2) Bagi Admin

Sebagai upaya menciptakan keseragaman dan memperkuat hubungan dengan khalayak maka penyebutan bagi admin media sosial dalam takarir disebut dengan Awasmin.

d. Menandai atau tagging

Dalam menyebarkan konten media sosial, pengelola dapat melakukan tagging terhadap akun-akun tertentu yang terkait. Misalnya Bawaslu melakukan penandatanganan MoU dengan KPK dan PPATK, maka saat menyebarkan konten di media sosial juga perlu menandai akun media sosial KPK dan PPATK. Dengan melakukan hal tersebut maka memungkinkan terjadinya interaksi antara pengguna akun atau dilihat akun lainnya yang dapat meningkatkan *exposure* media sosial.

e. *Hashtag*

Hashtag adalah suatu frasa kata kunci yang dieja tanpa menggunakan spasi, dengan tanda pagar (tagar/#) di depannya. *Hashtag* mengumpulkan konten dari berbagai pengguna media sosial menjadi satu kelompok. Dengan penggunaan tagar, misalnya dengan mengklik tagar #BawasluMengawasi, khalayak dapat menemukan kumpulan konten baik yang dipublikasikan Bawaslu RI, Bawaslu Provinsi, Bawaslu Kabupaten/Kota, maupun masyarakat umum, yang dalam penyebarannya mencantumkan tagar #BawasluMengawasi.

Manfaat pencantuman tagar diantaranya adalah meningkatkan *engagement* dengan *followers,* media membangun citra, maupun mempermudah khalayak menemukan akun media sosial yang kita kelola. Karena sifat pentingnya maka setiap penyebaran konten media sosial Bawaslu perlu untuk mencantumkan tagar, dengan jumlah pencantuman paling banyak tujuh tagar pada setiap konten.

Beberapa tagar wajib yang perlu ada pada setiap postingan adalah:

1) #BawasluMengawasi

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

2) #BersamaAwasiPemilu

Sedangkan tagar tambahan yang dapat dicantumkan pada postingan misalnya:

1) #Bawaslu+wilayah tugas (#BawasluJakartaBarat)
2) *Hashtag* yang disesuaikan dengan tahapan yang berjalan (#BawasluAwasiCoklit, #LaporkanKecuranganPemilu, #LaporkanKeBawaslu)
3) *Hashtag* yang disesuaikan dengan isu aktual atau tren.

F.6. Pemantauan

Setelah produksi, verifikasi, dan penyebaran konten media sosial, langkah berikutnya yang perlu dilakukan adalah melakukan pemantauan (*monitoring*). Pemantauan dilakukan untuk melihat kesesuaian konten dengan perencanaan yang telah dilakukan serta untuk melihat bagaimana respon khalayak terhadap konten media sosial yang dipublikasikan.

Pada tahap ini pengelola juga dapat menanggapi atau menjawab komentar, pendapat, masukan, atau saran dari khalayak, dengan melibatkan unit kerja lain yang terkait dengan komentar, pendapat, masukan, dan saran dari khalayak. Guna akuntabilitas, dalam hal admin media sosial terdapat lebih dari satu maka pihak yang memberikan respon dicantumkan pada bagian akhir jawaban atas komentar, pendapat, masukan, dan saran, dengan pemberian kode khusus. Kode khusus tersebut dapat berupa tiga huruf yang disepakati di internal pengelola medsos untuk memudahkan indentifikasi admin yang memberikan respon. Misalnya met, untuk admin bernama Meta.

Pemantauan dapat dilakukan secara manual atau menggunakan *social media analytic tools.* Jangka waktu pemantauan dilakukan secara harian dan berkala. Pemantauan harian selain untuk melihat respon khalayak juga dilaksanakan untuk menentukan langkah yang perlu dilakukan bidasan cepat. Dalam hal sebuah konten yang telah dipublikasikan masih terdapat kesalahan teknis dan substantif, atau terdapat konten yang mengundang respon negatif maka pengelola media sosial harus mengambil tindakan cepat agar masalah tersebut tidak berkelanjutan. Tindakan yang diambil dapat berupa menurunkan konten yang terdapat kekurangan teknis dan memposting kembali konten hasil perbaikannya. Sedangkan terhadap konten yang mengundang respon negatif dapat diambil tindakan dengan segera membuat konten yang berisi klarifikasi atau meluruskan pendapat keliru yang berkembang di khalayak.

F.7 Evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan akhir dalam pengelolaan media sosial dalam secara berkala yang dilakukan untuk mengukur dan menganalisis kinerja pengelolaan media sosial serta merumuskan strategi lanjutan. Strategi

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

lanjutan akan digunakan sebagai bahan penyusunan perencanaan media sosial periode berikutnya. Evaluasi dilakukan secara berkala setiap bulan, semester, dan tahunan. Tahapan evaluasi merupakan proses analisis terhadap hasil pemantauan media sosial yang telah secara rutin dilaksanakan. Evaluasi digunakan untuk melihat kinerja konten yang dipublikasikan disandingkan dengan strategi publikasi yang tengah dijalankan.

Perangkat analisa yang bisa digunakan misalnya *Social Blade, Twitter analytic, FB Insight, Google analytic* maupun *instagram analytic*. Evaluasi mengukur dan menganalisis bagaimana jangkauan, lalu lintas percakapan, pengaruh, dukungan pengguna, keberhasilan konten, dan bagaimana persepsi khalayak terhadap lembaga, paling sedikit dilakukan dengan pengukuran dan analisis terhadap hal sebagai berikut:

1. Jumlah postingan

   Berapa jumlah konten media sosial yang diposting dalam jangka waktu satu bulan. Pemantauan dapat diperkaya dengan data perbandingan pada bulan sebelumnya.
2. Variasi jenis konten

   Keberagaman jenis konten media sosial yang diposting seperti foto, video, *carousel*, dan lainnya dalam jangka waktu satu bulan.
3. Interaksi

   Berapa banyak komentar, *likes, profile visits* (jumlah pengguna yang mengunjungi halaman profil media sosial), *website clicks* (berapa kali tautan yang ada di produk diakses oleh pengunjung).
4. Performa
   - Berapa jumlah *follower* media sosial dibandingkan dengan bulan sebelumnya,
   - *reach* (jumlah total pengguna yang melihat konten),
   - *impressions* (berapa kali konten dilihat oleh pengguna),
   - demografi audiens (lokasi akses, gender, dan usia),
   - konten apa saja yang disimpan pengguna, dan
   - konten apa saja yang disebarluaskan pengguna.

Dalam proses pengukuran dan analisis ini perlu dicermati kinerja seara keseluruhan, konten-konten apa yang mendapat respon positif dan faktor apa yang mendukungnya, maupun konten-konten apa yang kurang mendapat respon atau bahkan respon negatif dan analisa faktor penyebab respon negatif. Dari tahapan terakhir, pelaksanaan evaluasi selanjutnya perlu merumuskan rekomendasi strategi yang akan digunakan sebagai bahan perencanaan media sosial berikutnya.

G. Koordinasi Konten Bawaslu RI dengan Provinsi dan Kabupaten/Kota

Dalam mendukung efektifnya publikasi melalui media sosial, maka akun Bawaslu RI, Bawaslu Provinsi, dan Bawaslu Kabupaten/Kota wajib saling

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

menggikuti (*follow*). Dengan demikian Akun Bawaslu Kota Jakarta Pusat wajib mem-*follow* akun media sosial Bawaslu RI, 34 Bawaslu Provinsi, dan 513 Bawaslu Kabupaten/Kota lainnya.

Koordinasi antara seluruh jajaran Bawaslu juga dapat dilakukan untuk memaksimalkan hasil dalam bentuk mempublikasikan isu atau konten tertentu secara serentak pada waktu yang sama. Publikasi serentak tersebut akan dikoordinasikan Bawaslu RI melalui saluran koordinasi antar pengelola media sosial yang ada.

Dalam melaksanakan pengelolaan media sosial, pengelola media sosial Bawaslu Kabupaten/Kota dapat memuat konten yang diproduksi Bawaslu Provinsi dan Bawaslu RI, begitu juga sebaliknya. Skema tersebut dapat dilakukan dengan memperhatikan pembagian komposisi konten sebagai berikut:

1. Bawaslu RI: 80 % konten pusat, 10 % konten Provinsi, dan 10% konten Kabupaten/Kota.
2. Bawaslu Provinsi: 20% konten pusat, 70% konten Provinsi, dan 10 % konten Kabupaten/Kota.
3. Bawaslu Kabupaten/Kota: 20% konten pusat, 10% konten Provinsi, dan 70 % konten Kabupaten/Kota.

H. Memperluas Jangkauan Konten

Persaingan konten di media sosial begitu ketat dimana konten-konten kontroversial dimungkinkan viral dibanding konten kebijakan, terutama pada masa Pemilu. Oleh karena itu perlu strategi penyebaran konten berbasis *paid media*, mengingat jumlah follower akun media sosial Bawaslu yang jauh di bawah jumlah pengguna real media sosial Indonesia yang menjadi target kampanye Bawaslu.

Paid media adalah metode yang digunakan untuk mempromosikan konten secara berbayar, yang tersedia di berbagai platform media sosial seperti *Facebook, Instagram, Youtube, dan Twitter*. *Paid media* ini dapat diarahkan untuk berbagai kepentingan kampanye seperti menjangkau khalayak yang lebih luas, meningkatkan jumlah *followers*, meningkatkan jumlah jangkauan atau *reach*, dan meningkatkan jumlah interaksi atau *engagement*.

Selain itu metode lain yang dapat dimaksimalkan adalah yang sifatnya "earned media" atau pengelolaan jejaring dan komunitas dalam mendapatkan *traffic* serta *engagement* di akun yang dikelola.

I. Larangan

Hal mendasar yang menjadi semangat dari publikasi media sosial Bawaslu adalah agar pengelola media sosial dapat memberikan yang terbaik dan bermanfaat bagi publik dan juga bermanfaat bagi Bawaslu. Karena itu, pilihan-pilihan konten media sosial yang dipublikasikan juga perlu dikembalikan ukurannya pada hal

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

dasar tersebut, yakni apakah konten yang dibuat bermanfaat bagi publik atau Bawaslu.

Dari kaca mata tersebut, konten-konten yang bermanfaat bagi publik atau Bawaslu perlu diperbanyak, dan konten yang merusak karakter media sosial Bawaslu perlu dihindari. Berdasarkan ukuran itu, terdapat sejumlah hal yang tidak diperbolehkan untuk menjadi konten atau unsur dalam konten yang dipublikasikan, diantaranya:

1. Konten yang belum diverifikasi dan mendapat persetujuan untuk dipublikasikan
2. Konten yang mengandung unsur ujaran kebencian (*hate speech*).
3. Konten yang mengandung unsur pornografi.
4. Konten yang mengandung informasi palsu atau berita bohong (hoaks).
5. Konten yang sifatnya internal atau masih berproses di Bawaslu dan belum diperkenankan untuk dipublikasikan.
6. Konten yang berisi ucapan selamat bagi pimpinan, pejabat, atau staf yang berulang tahun. Konten ucapan tersebut dapat dipublikasikan melalui akun-akun pribadi, tidak melalui akun resmi lembaga.
7. Konten yang memuat sejumlah simbol sensitif bagi netralitas kelembagaan Bawaslu, seperti pose dengan tangan yang simbolkan angka, logo, atribut tertentu, atau hal lainnya yang bisa ditafsirkan sebagai simbol keberpihakan terhadap calon peserta pemilu atau partai politik tertentu.
8. Konten yang memuat hal lain yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kepatutan, dan kode etik.

J. Etika

Untuk menjaga citra dan kredibilitas lembaga, maka pengelola akun media sosial harus menjaga etika dengan memahami hal-hal berikut:

1) Menjunjung tinggi kehormatan Bawaslu;
2) Bersikap professional dalam menjalankan pengelolaan media sosial;
3) Memiliki keahlian, kompetensi, objektivitas, kejujuran, dan integritas;
4) Menggunakan bahasa yang sopan dan jelas;
5) Memperhatikan kode etik pegawai ASN;
6) Menyampaikan informasi publik yang benar, tepat, dan akurat;
7) Menghargai, menghormati, dan membina solidaritas serta nama baik Bawaslu dan perorangan;
8) Tidak menggunakan akun media sosial lembaga untuk tujuan yang komersial;
9) Tidak melanggar hak atas kekayaan intelektual (HAKI); dan
10) Melaksanakan keterbukaan informasi publik sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

Selain kode etik dalam pengelolaan media sosial Bawaslu, keputusan ini perlu untuk mengatur tentang penggunaan akun media sosial yang dimiliki oleh seluruh pimpinan dan pegawai Bawaslu.

Bawaslu mengakui sepenuhnya hak kepemilikan akun media sosial dan kebebasan penggunaannya oleh masing-masing pimpinan dan pegawai Bawaslu. Terkait adanya potensi konflik kepentingan penggunaan akun media sosial oleh pegawai dan pimpinan Bawaslu dengan pelaksanaan tugasnya, pimpinan dan pegawai Bawaslu sepenuhnya wajib menjunjung tinggi kehormatan lembaga dan memelihara netralitas Aparatur Sipil Negara.

Dalam hal publikasi konten media sosial yang isinya terkait dengan bidang pekerjaan sebagai pimpinan dan pegawai Bawaslu, maka konten juga harus mengacu pada klasifikasi sifat kerahasiaan sebagaimana Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dan juga penetapan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Bawaslu tentang informasi yang dikecualikan. Hal-hal yang tidak diperbolehkan untuk dipublikasikan pada akun media sosial Bawaslu, juga berlaku pada penggunaan akun media sosial pimpinan dan pegawai Bawaslu.

K. Situasi Krisis

Situasi krisis dalam pengelolaan media sosial terjadi ketika terdapat kondisi yang berpotensi mengikis kepercayaan publik dan merusak citra dan reputasi terhadap Bawaslu. Situasi krisis dapat bersumber dari dua penyebab, yakni:

1) Akibat internal

Situasi ini dapat terjadi ketika konten media sosial yang telah dipublikasikan masih memuat informasi yang kurang atau tidak tepat yang mengakibatkan keresahan di masyarakat, termuatnya informasi yang bersifat rahasia, kesalahan dalam merespon tanggapan khalayak, termuatnya hal-hal yang dilarang dalam konten media sosial yang dipublikasikan, atau adanya sebab lain yang berasal dari internal lembaga.

Dalam hal situasi krisis akibat internal terjadi, yang perlu dilakukan adalah:

a) Melaporkan kejadian dan meminta arahan kepada Penanggung Jawab;
b) Menghapus postingan, meminta maaf atas kesalahan, memberikan klarifikasi;
c) Mengunggah informasi yang tepat dan menyoroti bagian yang diperbaiki;
d) Melakukan respon lain yang dianggap perlu untuk menekan dampak buruk situasi krisis dan memulihkan kredibilitas lembaga; dan/atau
e) Memantau terhadap respon yang diunggah serta melaporkan perkembangan kepada Penanggung Jawab untuk dilakukan reviu mengenai apakah perlu dilakukan langkah lanjutan.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

2) Akibat Eksternal

Situasi ini dapat terjadi ketika muncul komentar negatif dari khalayak yang viral, informasi tidak benar menyangkut lembaga yang menarik banyak perhatian khalayak, adanya serangan terhadap keamanan akun media sosial, atau adanya sebab lain yang berasal dari eksternal lembaga.

Dalam hal situasi krisis akibat eksternal terjadi, yang perlu dilakukan adalah:

a) Melaporkan kejadian dan meminta arahan kepada Penanggung Jawab;
b) Mengidentifikasi informasi, isu atau komentar viral yang berpotensi memengaruhi reputasi lembaga;
c) Memproduksi dan mempublikasikan konten yang dapat menetralisir perkembangan negatif, mengklarifikasi kondisi tertentu, atau merespon informasi hoaks;
d) Melakukan respon lain yang dianggap perlu untuk menekan dampak buruk situasi krisis dan memulihkan kredibilitas lembaga; dan/atau
e) Memantau terhadap respon yang diunggah dan melaporkan perkembangan kepada Penanggung Jawab untuk dilakukan reviu mengenai apakah perlu dilakukan langkah lanjutan.

L. Anggaran

Pembiayaan dari pengelolaan dan pelayanan informasi melalui media sosial dibebankan pada Dokumen Pelaksanaan Anggaran masing-masing satuan kerja.

M. Pelaporan

Setiap pengelola media sosial menyampaikan laporan hasil pelaksanaan pengelolaan media sosial kepada pimpinan Bawaslu secara berkala satu kali dalam setiap bulan dan dalam laporan tahunan. Laporan memuat seluruh aspek yang terdapat pada tahapan evaluasi pengelolaan media sosial, yakni pengukuran dan analisis kinerja pengelolaan media sosial pada setiap bulan serta rumusan rekomendasi strategi lanjutannya. Laporan paling sedikit berisi:

1. Jumlah postingan

   Berapa jumlah konten media sosial yang diposting dalam jangka waktu satu bulan. Pemantauan dapat diperkaya dengan data perbandingan pada bulan sebelumnya.
2. Variasi jenis konten

   Keberagaman jenis konten media sosial yang diposting seperti foto, video, carousel, dan lainnya dalam jangka waktu satu bulan.
3. Interaksi

   Berapa banyak komentar, *likes*, *profile visits* (jumlah pengguna yang mengunjungi halaman profil media sosial), *website clicks* (berapa kali tautan yang ada di produk diakses oleh pengunjung).
4. Performa

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

- Berapa jumlah *follower* media sosial dibandingkan dengan bulan sebelumnya,
- *reach* (jumlah total pengguna yang melihat konten),
- *impressions* (berapa kali konten dilihat oleh pengguna),
- demografi audiens (lokasi akses, gender, dan usia),
- konten apa saja yang disimpan pengguna, dan
- konten apa saja yang disebarluaskan pengguna.

Laporan mengenai hasil pengukuran dan analisis kinerja pengelolaan media sosial disampaikan kepada Bawaslu pada tingkatan di atasnya, seperti Bawaslu Kabupaten kepada Bawaslu Provinsi di wilayahnya, dan Bawaslu Provinsi kepada Bawaslu RI. Penyampaian laporan dilakukan paling sedikit empat kali dalam satu tahun untuk menjadi bagian dari bahan monitoring dan evaluasi pengelolaan media sosial secara berjenjang di lingkungan Bawaslu.

N. Monitoring dan Evaluasi

Dalam rangka memastikan terlaksananya pengelolaan media sosial yang efektif pada seluruh jajaran Bawaslu, dilakukan monitoring dan evaluasi. Monitoring dan evaluasi dilaksanakan secara berjenjang, yakni Bawaslu RI kepada Bawaslu Provinsi, Bawaslu Provinsi kepada Bawaslu Kabupaten/Kota di wilayahnya masing-masing, dan seterusnya.

Aspek yang dilakukan monitoring dan evaluasi paling sedikit terdiri atas komponen indikator:

1) jumlah platform media sosial yang digunakan;
2) jumlah postingan;
3) variasi jenis konten;
4) interaksi; dan
5) performa.

Bahan monitoring dan evaluasi dapat berasal dari laporan periodik Bawaslu yang tingkatannya berada di bawah maupun berdasarkan pemantauan langsung pelaksanaan pengelolaan media sosial Bawaslu yang tingkatannya berada di bawah. Monitoring dan evaluasi dilakukan setiap tiga bulan atau empat kali dalam satu tahun anggaran.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

BAB II

PENUTUP

Pedoman Pengelolaan Media Sosial Di Lingkungan Badan Pengawas Pemilihan Umum ini merupakan salah satu acuan dalam pengelolaan media sosial di lingkungan Bawaslu sehingga dapat mewujudkan tujuan publikasi yang informatif, edukatif, impresif, dan advokatif.

Ketua,



Abhan

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN

https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM
REPUBLIK INDONESIA

Yth. 1. Ketua Bawaslu Provinsi se-Indonesia
2. Ketua Bawaslu Kabupaten/Kota se-Indonesia

SURAT EDARAN

38 Tahun 2022

TENTANG

OPTIMALISASI PEMBERITAAN DAN PUBLIKASI
DI LINGKUNGAN BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM
PADA TAHAPAN PEMILU DAN PEMILIHAN TAHUN 2024

A. LATAR BELAKANG

Salah satu kunci keberhasilan pelaksanaan tugas dan fungsi Bawaslu adalah masifnya partisipasi masyarakat. Partisipasi masyarakat hanya dapat diperoleh dengan komunikasi yang baik dan benar. Komunikasi yang baik dan benar akan melahirkan pemahaman publik yang baik dan benar terhadap berbagai kebijakan Bawaslu. Saat ini tersedia banyak sekali pilihan media yang memudahkan masyarakat untuk mengakses sesuai dengan kebutuhannya masing-masing, termasuk untuk mencari informasi yang berkembang secara cepat dan aktual. Selain pemberitaan melalui website resmi, salah satu pilihan saluran informasi adalah media sosial.

Publikasi pemberitaan melalui website lembaga penting sebagai sarana untuk pemberian informasi dalam bentuk naskah kehumasan baik kepada internal maupun eksternal. Pemberitaan di website didesain untuk menjaga serta meningkatkan kualitas pemberitaan positif yang dapat mempengaruhi citra lembaga.

Selain pemberitaan melalui website, media sosial merupakan fenomena yang menarik bagi hampir seluruh negara di dunia. Media sosial memiliki sifat yang unik dimana platform ini tidak memerlukan biaya untuk menggunakannya, mudah untuk mengaksesnya, cepat dalam mengirimkan informasi, dan bersifat global yang menyebarkan informasi secara massal.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

Sejak awal media sosial dibentuk sebagai tempat untuk penggunanya dapat berpartisipasi, berbagi, dan bertukar informasi sesama pengguna di dalamnya. Hal ini menyebabkan produksi informasi di dalam media sosial tidak lagi dilakukan oleh portal berita besar, namun seluruh pengguna media sosial dapat menjadi sumber dari informasi tersebut. Begitu pula dalam konteks pemilihan konsumen informasinya, siapa pun dapat menjadi penikmat informasi yang disajikan pengguna media sosial

Publikasi Bawaslu melalui pemberitaan website dan media sosial perlu dilakukan sebagai sarana sosialisasi penyelenggaraan tahapan Pemilu dan Pemilihan 2024 baik kepada badan penyelenggara, peserta pemilu, dan juga pemilih. Publikasi dilakukan untuk menanamkan nilai-nilai yang berkaitan dengan peraturan yang ada dalam Pemilu dan Pemilihan 2024, serta mengajak masyarakat untuk bersama-sama menjaga demokrasi.

Keseluruhan program pemberitaan dan publikasi menjadi elemen strategis dalam mewujudkan pengawasan pemilu yang berintegritas dan berkualitas, serta peningkatan pengawasan partisipasi masyarakat. Hal ini sejalan dengan amanat konstitusi, karena pelaksanaan tingkat partisipasi pemilih dalam pengawasan pemilu yang tinggi merupakan salah satu variabel legitimasi untuk mengukur kesuksesan Pemilihan.

Publikasi Bawaslu merupakan sarana dalam mengoptimalkan penyebaran informasi mengenai tahapan Pemilu dan Pemilihan 2024. Seiring dengan tingginya tuntutan masyarakat untuk lebih dekat dengan Bawaslu melalui jalur interaksi langsung dengan publik melalui situs jejaring sosial. Saat ini, terdapat empat akun jejaring sosial yang dimiliki Bawaslu, yaitu Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube

Media sosial memang memiliki karakteristik yang membuatnya pantas digunakan sebagai media alternatif untuk menyebarkan informasi. Akan tetapi dengan sifat media sosial yang bebas, Bawaslu sebagai sebuah lembaga perlu menyatukan persepsi seluruh satuan kerja Bawaslu untuk menciptakan kekompakan dalam melakukan publikasi di media sosial pada Pemilu dan Pemilihan Tahun 2024.

Surat edaran ini berisi optimalisasi pengelolaan pemberitaan website dan publikasi media sosial yang memuat acuan strategi dan teknis yang akan dilaksanakan oleh seluruh satuan kerja lembaga Bawaslu Provinsi dan Kabupaten/Kota dalam maksimalkan pemberitaan dan publikasi tahapan Pemilu 2024. Dengan adanya surat edaran ini, diharapkan pemberitaan dan pemanfaatan media sosial Bawaslu mampu mencapai tujuan yang diharapkan yakni adanya

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

publikasi yang informatif, edukatif, impresif, dan advokatif, serta berperan besar dalam mendorong terlaksananya pemilu yang demokratis.

B. **TUJUAN**

Tujuan dari surat edaran ini adalah kualitas yang setara antara seluruh satuan kerja Bawaslu mulai dari Pusat, Provinsi, hingga Kabupaten/Kota. Selain itu optimalisasi pemberitaan dan publikasi media sosial dalam tahapan Pemilu dan Pemilihan Tahun 2024 juga memiliki tujuan terlaksananya diseminasi informasi secara cepat, akurat, dan berkesinambungan bagi masyarakat, terlaksananya pemberitaan dan publikasi yang terencana dan terukur, memulihkan kepercayaan masyarakat yang turun akibat penyebaran berita bohong atau kondisi krisis, serta menjadi panduan dalam perencanaan dan pelaksanaan program pemberitaan dan publikasi.

C. RUANG LINGKUP

Ruang lingkup optimalisasi pemberitaan dan publikasi sosial dalam Tahapan Pemilu dan Pemilihan 2024 ini meliputi pengelolaan pemberitaan dan publikasi melalui media sosial di Bawaslu Provinsi dan Bawaslu Kabupaten/Kota, serta pengelolaan publikasi melalui media sosial Panitia Pengawas Pemilu Kecamatan, Panitia Pengawas Pemilihan Kecamatan, dan Panitia Pengawas Pemilu Luar Negeri.

D. DASAR HUKUM

1. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 61, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4846);
2. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 182, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6109);
3. Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 99, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5149);
4. Peraturan Presiden Nomor 68 Tahun 2018 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Wewenang, Organisasi, dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal Badan Pengawas Pemilihan Umum, Sekretariat Badan Pengawas Pemilihan Umum Provinsi, dan Sekretariat Badan Pengawas Pemilihan Umum Kabupaten/Kota (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 141);

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

5. Peraturan Menteri Penyagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 102);
6. Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Nomor 1 Tahun 2021 Organisasi Dan Tata Kerja Sekretariat Jenderal Badan Pengawas Pemilihan Umum, Sekretariat Badan Pengawas Pemilihan Umum Provinsi, Sekretariat Badan Pengawas Pemilihan Umum Kabupaten/Kota, Dan Sekretariat Panitia Pengawas Pemilihan Umum Kecamatan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 411);
7. Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Nomor 3 Tahun 2022 tentang Tata Kerja Dan Pola Hubungan Pengawas Pemilihan Umum (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 889);
8. Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Nomor 5 Tahun 2022 tentang Pengawasan Penyelenggaraan Pemilihan Umum (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 1071);

E. ISI EDARAN

Dalam rangka optimalisasi pemberitaan dan publikasi media sosial serta perencanaan dan program pemberitaan dan publikasi dalam tahapan Pemilu dan Pemilihan Tahun 2024, disampaikan hal-hal sebagai berikut:

1. Pengelolaan Media Sosial
   a. Pengelolaan media sosial dalam tahapan Pemilu dan Pemilihan Tahun 2024 agar dilaksanakan dengan mengacu pada Surat Keputusan Nomor 0083/HM.00/K1/03/2022 tentang Pedoman Pengelolaan Media Sosial di Lingkungan Badan Pengawas Pemilihan Umum.
   b. Meningkatkan produktivitas dan kreativitas dalam memproduksi konten media sosial, dengan memprioritaskan pembuatan konten yang bersifat edukasi terkait tugas dan fungsi, layanan, dan program Bawaslu, serta hal-hal lain terkait Bawaslu dan kepemiluan pada Pemilu dan Pemilihan Tahun 2024 2024.
   c. Meningkatkan produksi konten edukasi video pendek (format Reels) paling sedikit 1 (satu) kali dalam 1 (satu) pekan agar penyebaran pesan dan keterlibatan khalayak makin efektif.
   d. Mempublikasikan konten media sosial paling sedikit 3 (tiga) konten dalam 1 (satu) hari. Konten yang dapat dipublikasikan di antaranya adalah konten edukatif, konten publikatif, dan konten informatif, dengan memprioritaskan produksi dan publikasi konten **edukasi**.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

- Konten edukatif adalah konten yang memberikan edukasi atau pengetahuan tertentu kepada khalayak.
- Konten publikatif adalah konten yang memberikan informasi mengenai hal atau peristiwa terbaru yang berasal dari eksternal Bawaslu.
- Konten informatif adalah konten yang memberikan informasi mengenai tugas, fungsi, dan kewenangan, serta hal atau peristiwa terbaru yang berasal dari internal Bawaslu.

e. Khusus publikasi pada *platform* Instagram, rapat yang sifatnya internal atau membahas permasalahan internal tidak ditempatkan pada *Feed.* Konten dimaksud diletakkan pada *Story* dan diarsipkan pada *Highlight.*

f. Berdasarkan jenis konten sebagaimana dimaksud poin c, pilihan konten yang yang dapat diproduksi dan dipublikasikan diantaranya:
   1. Konten kegiatan atau pelaksanaan tugas dan fungsi. Berisi foto dan narasi mengenai kegiatan Bawaslu yang sedang atau telah berlangsung dan/atau informasi mengenai pelaksanaan tugas dan fungsi Bawaslu;
   2. Konten di balik layar. Berisi aktivitas dalam mempersiapkan kegiatan, persiapan pelaksanaan tugas dan fungsi Bawaslu, dan lainnya;
   3. Konten kutipan (quote). Merupakan konten yang mengandalkan kekuatan kata-kata kutipan atau keterkenalan tokoh yang menyampaikan kata-kata tersebut. Subjek yang menyampaikan kutipan dapat berasal dari internal maupun eksternal Bawaslu. Kata-kata dalam konten kutipan dapat berupa penegasan terhadap suatu hal, intisari dari suatu program/kegiatan, kata-kata yang menginspirasi, memotivasi, dan lainnya;
   4. Konten foto sejarah. Konten ini berisi penyampaian foto yang penyebarannya disesuaikan dengan tanggal penting yang terjadi atau momen sama yang terjadi pada masa lampau dan terhadap isu aktual yang dapat dikaitkan dengan foto sejarah;
   5. Konten foto humanis. Konten ini berisi penyampaian foto dalam keseharian pelaksanaan tugas dan fungsi Bawaslu dalam kondisi yang sealami mungkin. Foto humanis tidak hanya dapat mengambil pengawas pemilu sebagai objeknya, namun juga keseharian pengawasan pemilu, reaksi, maupun tindakan spontan dalam menghadapi situasi tertentu;
   6. Konten data hasil pelaksanaan tugas dan fungsi Bawaslu. Konten ini berisi ringkasan data yang sifatnya terbuka terkait hasil pengawasan, penanganan pelanggaran, penyelesaian sengketa, sumber daya manusia pengawas pemilu, dan lainnya;
   7. Konten tren pelanggaran. Konten yang berisi data tren atau modus pelanggaran pemilu/pemilihan baik terhadap pemilu/pemilihan yang

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

tengah berlangsung maupun data tren pemilu-pemilu sebelumnya;

8. Konten istilah. Konten yang berisi istilah pemilu/pemilihan dan pengawasan pemilu/pemilihan;
9. Konten edukasi. Berisi informasi yang memberikan penjelasan bagi Khalayak mengenai sejarah, isi peraturan perundang-undangan, maupun isu tertentu mengenai pemilu/pemilihan dan pengawasan pemilu/pemilihan;
10. Konten tips, yang berisi rekomendasi-rekomendasi dalam melakukan sesuatu atau menghindari sesuatu yang terkait dengan pemilu/pemilihan;
11. Konten peringatan hari besar nasional maupun internasional yang terkait dengan Bawaslu, pemilu/pemilihan, dan demokrasi;
12. Konten peringatan Hari Ulang Tahun kemerdekaan, lembaga negara, organisasi kemasyarakatan, dan stakeholder Bawaslu;
13. Konten penghargaan. Konten yang berisi informasi mengenai penghargaan yang diterima Bawaslu;
14. Konten pengumuman. Konten yang berisi informasi mengenai pengumuman resmi yang dikeluarkan Bawaslu;
15. Konten larangan. Konten yang berisi informasi mengenai larangan dan sanksi dalam tahapan atau tindakan tertentu;
16. Konten program pengawasan partisipatif. Konten yang berisi informasi mengenai program Bawaslu dalam pengawasan partisipatif;
17. Konten partisipasi masyarakat. Konten yang berisi ajakan dan cara bagi khalayak untuk berpartisipasi aktif mendukung pemilu berintegritas melalui program pengawasan partisipatif;
18. Konten prosedur layanan. Berisi langkah-langkah cara bagi khalayak untuk mengurus layanan tertentu di Bawaslu, seperti pengaduan pelanggaran, penyelesaian sengketa, permohonan informasi, dan lainnya;
19. Konten regulasi. Konten yang berisi regulasi terkait pelaksanaan pemilu/pemilihan;
20. Konten klarifikasi isu hoaks. Konten yang berisi klarifikasi terhadap isu hoaks yang terkait dengan Bawaslu;
21. Konten kedukaan. Konten yang berisi ucapan atas terjadinya musibah atau kabar duka cita dari pihak tertentu dalam internal atau eksternal Bawaslu;
22. Konten dukungan Bawaslu terhadap program/kebijakan pemerintah. Berisi dukungan terhadap program/kebijakan pemerintah seperti program penanganan Covid-19, program pembangunan zona integritas, dan lainnya yang relevan. Publikasi konten ini tetap memperhatikan

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

kesesuaian dengan tugas dan fungsi serta aspek kemandirian kelembagaan Bawaslu;

23. Konten kuis atau game. Konten ini berisi pertanyaan, ajakan tertentu, maupun permainan yang menawarkan hadiah bagi khalayak. Konten ini banyak digunakan untuk meningkatkan *engagament*, *reach*, dan *follower* media sosial; dan
24. Konten lain sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan dan Pedoman Nomor 0083/HM.00/K1/03/2022 tentang Pengelolaan Media Sosial.

g. Dalam memproduksi konten media sosial yang berasal dari kegiatan baik internal maupun eksternal, pada bagian cover konten memprioritaskan visual suasana kegiatan/ seluruh narasumber yang hadir. Dihindari pemuatan foto *close up* narasumber pada bagian kover konten. Konten foto *close up* narasumber dapat ditempatkan pada slide-slide selanjutnya setelah kover.
h. Setiap konten media sosial yang dipublikasikan menyertakan logo Pesan Utama Bawaslu “AYO AWASI BERSAMA” yang ditempatkan pada pojok kanan atas desain. Format logo dapat diunduh pada tautan https://bit.ly/LogoAYB
i. Melaksanakan komunikasi dua arah dengan menanggapi dengan segera terhadap setiap respons yang diberikan oleh khalayak seperti menjawab komentar atau pertanyaan di kolom komentar atau pesan pada *private massage* media sosial (*Direct Massage* IG, *Messanger* Facebook, *Message* Twitter, dan lainnya).
j. Membangun konektivitas antara media sosial dan website, dengan cara membagikan berita website pada media sosial (menautkan *link* berita pada Story Instagram, unggahan Twitter, dan unggahan Facebook).
k. Guna membangun keserentakan dalam rangka penguatan *branding* lembaga, gambar profil pada semua akun media sosial Bawaslu Provinsi dan Bawaslu Kabupaten/Kota menggunakan logo resmi lembaga sebagai prioritas dari alternatif gambar profil yang sudah diatur sebelumnya dalam SK Pedoman 0083/HM.00/K1/03/2022.
l. Menguatkan aspek keamanan akun media sosial, paling sedikit melalui:
    1. Menggunakan kata sandi yang kuat, disarankan terdiri atas variasi huruf, angka, dan karakter lainnya,
    2. Mengubah kata sandi secara berkala, dan
    3. Menjaga kerahasiaan kata sandi dan tidak memberikan kata sandi kepada pihak lain yang tidak berkepentingan.
m. Melaksanakan kegiatan peningkatan kapasitas pengelolaan media sosial

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

yang temanya disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing.

n. Bawaslu Provinsi melaksanakan pemantauan pelaksanaan Surat Edaran ini dan mengevaluasi pengelolaan media sosial terhadap Bawaslu Kabupaten/Kota di wilayahnya.

2. Pemberitaan

a. Meningkatkan produksi berita yang dipublikasikan pada *website* masing-masing,

b. Bawaslu Provinsi mempublikasikan paling sedikit 156 berita, dan Bawaslu Kabupaten/Kota mempublikasikan paling 104 berita, dalam rentang waktu satu tahun,

c. Melakukan kegiatan peningkatan kapasitas terkait pemberitaan yang temanya disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing.

d. Melakukan pemantauan dan evaluasi pengelolaan pemberitaan secara berjenjang secara berkala paling sedikit empat kali dalam satu tahun terhadap jajaran di bawahnya.

3. Dukungan terhadap Pelaksanaan Pemberitaan dan Pengelolaan Media Sosial

Dalam rangka kelancaran pelaksanaan pemberitaan dan pengelolaan media sosial sebagaimana dimaksud pada poin 1 dan 2, Sekretariat Bawaslu Provinsi dan Bawaslu Kabupaten/Kota agar memperhatikan:

1) Jumlah sumber daya manusia pengelola media sosial dan pemberitaan,
2) Sarana dan prasarana, dan
3) Ketersediaan dukungan anggaran.

4. Ketentuan sebagaimana tercantum pada poin E.1 Surat Edaran ini berlaku juga bagi Panitia Pengawas Pemilu Kecamatan, Panitia Pengawas Pemilihan Kecamatan, dan Panitia Pengawas Pemilu Luar Negeri.

F. PENUTUP

Demikian surat edaran ini disampaikan untuk dilaksanakan.

Ditetapkan di Jakarta,
pada tanggal 28 Desember 2022

Ketua,



Rahmat Bagja

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN
https://jdih.bawaslu.go.id/ Bawaslu Kab. Bangka Tengah