



wonderful
indonesia



LAPORAN KINERJA BIRO KOMUNIKASI T.A. 2022

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/
Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif



KATA PENGANTAR



Laporan Kinerja Biro Komunikasi Sekretariat Kementerian/Sekretariat Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2022 merupakan wujud pertanggungjawaban dan akuntabilitas kinerja sebagai unit kerja instansi pemerintah atas pelaksanaan program/kegiatan dan pengelolaan anggaran dalam rangka mencapai sasaran/target di lingkup Biro Komunikasi yang telah ditetapkan. Tujuan laporan ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai penyelenggaraan kegiatan pelaksanaan tugas yang diberikan kepada Biro Komunikasi. Dalam laporan ini tertuang capaian kinerja Biro Komunikasi terhadap target yang telah ditetapkan pada awal tahun 2022, perkembangan capaian kinerja Biro Komunikasi terhadap kinerja tahun 2022, capaian kinerja Biro Komunikasi terhadap target Renstra Sekretariat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif /Sekretariat Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020-2024, serta penyerapan anggaran Biro Komunikasi tahun 2022.

Hasil laporan ini diharapkan menjadi bahan evaluasi Biro Komunikasi untuk dapat lebih meningkatkan kinerja di tahun mendatang. Kepada semua pihak yang telah memberikan partisipasinya terhadap penyusunan laporan ini, kami mengucapkan terima kasih. Kritik dan saran untuk perbaikan laporan ini dimasa mendatang sangat kami hargai.



Kepala Biro Komunikasi

Gusti Ayu Dewi Hendriyani

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	1
DAFTAR ISI.....	2
IKHTISAR EKSEKUTIF.....	3
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	6
1.2 Dasar Hukum.....	14
1.3 Maksud Dan Tujuan.....	15
1.4 Sistematika Laporan Kinerja	15
BAB II. PERENCANAAN DAN PERJANJIAN	
2.1 Perencanaan Biro Komunikasi.....	16
BAB III. AKUNTABILITAS KINERJA	
3.1 Capaian Kinerja Tahun 2023	21
3.2 Realisasi Keuangan	80
BAB IV. PENUTUP	
Penutup	83

IKHTISAR EKSEKUTIF



Laporan Kinerja Biro Komunikasi Tahun 2022 merupakan pertanggungjawaban atas pelaksanaan tugas dan fungsi yang telah dilakukan selama tahun 2022 (1 Januari s.d. 31 Desember 2022). Selain memuat pencapaian kinerja, Laporan Kinerja Biro Komunikasi juga memuat pertanggungjawaban atas realisasi anggaran yang telah digunakan. Penyusunan Laporan Kinerja Biro Komunikasi Tahun 2022 ini

dapat memberikan informasi kinerja yang terukur kepada pemberi mandat atas kinerja yang telah dan seharusnya dicapai dan sebagai upaya perbaikan berkesinambungan bagi Biro Komunikasi dalam rangka meningkatkan kinerja. Selain itu, Laporan Kinerja dapat digunakan untuk bukti akuntabilitas kinerja instansi pemerintah (AKIP) kepada Sekretariat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Sekretariat Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Adapun progres dan pengumpulan capaian kinerja dilakukan secara berkala oleh seluruh unit kerja lingkup Biro Komunikasi dengan cara menyampaikan perkembangan pencapaian indikator kinerja tanggung jawabnya masing-masing dan dilakukan pembahasannya bersama dengan pengelola kinerja Biro Komunikasi sambil berkoordinasi dan berkonsultasi dengan Tim Kinerja Sekretariat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Sekretariat Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Tujuan dari penyusunan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perkembangan capaian kinerja;
2. Untuk mengidentifikasi kendala tidak tercapainya/terlambatnya capaian kinerja;
3. Melakukan penilaian apakah rencana aksi sudah tepat untuk mencapai tujuan, sasaran;
4. Sumber informasi bagi pimpinan dalam pengambilan kebijakan; dan
5. Suatu media hubungan kerja organisasi yang berisi informasi dan data yang telah diolah.
6. Sebagai wujud tertulis pertanggungjawaban suatu organisasi instansi pemerintah kepada pemberi wewenang dan mandat.

7. Laporan Kinerja (LAKIN) berisi tentang kinerja instansi pemerintah dan akuntabilitasnya, yaitu gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijaksanaan dalam mewujudkan Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran yang telah ditetapkan oleh suatu organisasi pemerintah.
8. Laporan Kinerja (LAKIN) sebagai media akuntabilitas setiap instansi pemerintah yang merupakan bentuk perwujudan kewajiban menjawab yang disampaikan kepada atasannya atau pemberi wewenang yang akhirnya bermuara kepada Presiden untuk selanjutnya menjadi pertanggungjawaban kepada masyarakat.
9. Media informasi tentang sejauh mana penentuan prinsip-prinsip *good governance* termasuk penerapan fungsi-fungsi manajemen secara benar di instansi yang bersangkutan.
10. Sebagai sumber data dalam penyusunan laporan kinerja untuk periode menengah dan panjang; dan
11. Sebagai dasar penyusunan rencana kinerja tahun berikutnya.

Sebagai sebuah organisasi, instansi pemerintah terus dituntut untuk memperlihatkan keberhasilannya dalam pencapaian tugas dan fungsinya. Keberhasilan sebuah organisasi akan banyak dipengaruhi oleh kemampuan untuk menyampaikan informasi secara terbuka, seimbang dan merata bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*). Dengan penguasaan informasi yang seimbang, pihak-pihak yang terkait dengan organisasi dapat mengambil keputusan yang wajar dalam kenyataannya, banyak terjadi kesenjangan informasi diantara pihak-pihak yang terkait, terutama pihak manajemen yang mempunyai akses langsung dengan subyek yang diinformasikan dengan konstituen yang ada di luar lingkaran manajemen.

**PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2022
KEPALA BIRO KOMUNIKASI**

No. (1)	Sasaran Program/Kegiatan (2)	Indikator Kinerja (3)	Target (4)
1.	Meningkatnya kualitas layanan komunikasi publik	1. Indeks Kualitas Layanan Publik	3,2
		2. Indeks Tingkat Kepatuhan Standar Pelayanan	81%
2.	Terwujudnya citra positif Kemenparekraf/Baparekraf di media cetak dan elektronik nasional dan internasional	3. Rasio Berita Positif terkait Kemenparekraf/Baparekraf terhadap Total Berita terkait Kemenparekraf/Baparekraf yang di Publikasikan pada Media Cetak, Elektronik dan Online di Nasional dan Internasional	83%
3.	Terwujudnya Keterbukaan Informasi Publik di Kemenparekraf/Baparekraf	4. Nilai Keterbukaan Informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	91
4.	Meningkatnya kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi	5. Tingkat kepuasan Satker terhadap layanan Biro Komunikasi	3,3

Kegiatan	Anggaran
1. Peningkatan Layanan Komunikasi Publik	Rp 60.000.000.000
Total	Rp 60.000.000.000


Jakarta, Februari 2022

Sekretaris Kementerian/Sekretaris Utama

Kepala Biro Komunikasi



NI WAYAN GIRI ADNYANI



I GUSTI AYU DEWI HENDRIYANI

Laporan kinerja ini yang sangat berharga bagi peningkatan kinerja Biro Komunikasi, sesuai dengan hasil analisis merumuskan beberapa langkah penting sebagai strategi pemecahan masalah yang akan dijadikan masukan atau sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan rencana kinerja, sebagai berikut:

1. Melakukan koordinasi yang baik diantara masing-masing bagian yang berada dalam lingkungan Biro Komunikasi maupun organisasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, instansi pemerintah maupun pihak-pihak terkait lainnya dalam melaksanakan kualitas reformasi birokrasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sesuai kewenangan Biro Komunikasi;
2. Terwujudnya citra positif Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di media cetak, online dan elektronik nasional maupun internasional;
3. Terwujudnya keterbukaan informasi publik di Kemenparekraf/Baparekraf;
4. Meningkatnya kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Biro Komunikasi merupakan unit kerja eselon II dibawah Sekretariat Kementerian/Sekretariat Utama yang menyelenggarakan fungsi melaksanakan pembinaan dan pemberian dukungan informasi publik, hubungan masyarakat, pengelolaan media digital, dan produksi konten terkait informasi produk kebijakan dan program di lingkungan Kementerian/Badan, serta pelaksanaan urusan administrasi Biro, dituntut untuk terus memberikan pelayanan prima yang akuntabel dan transparan. Hal ini tentunya tidak dapat terwujud tanpa adanya dukungan kegiatan administrasi yang mendampingi pelaksanaan kegiatan, dukungan sumber daya manusia yang berkualitas, serta dukungan sarana dan prasarana kerja yang memadai.

Setiap instansi pemerintah mempunyai kewajiban menyusun Laporan Kinerja sebagaimana telah diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 29 Tahun 2014 tentang Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah. Laporan Kinerja itu sendiri berisi tentang pertanggungjawaban kinerja pada suatu instansi pemerintah dalam mencapai tujuan/sasaran strategis instansi.

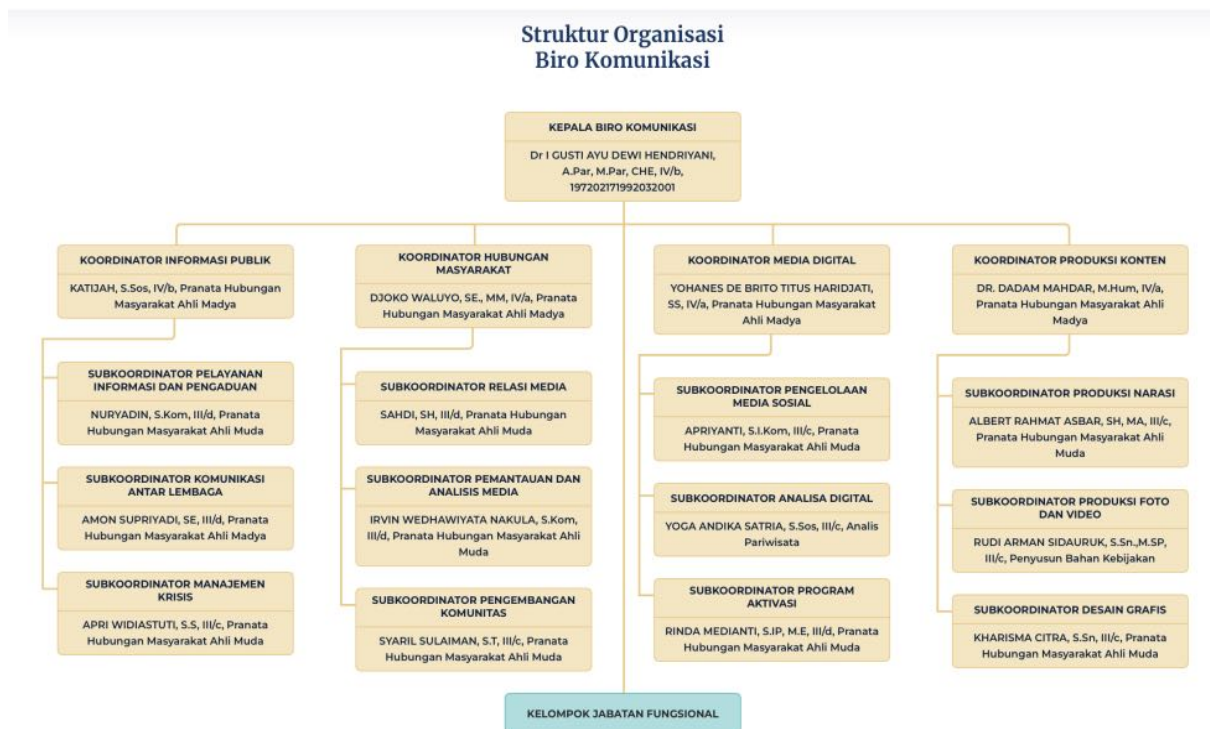
Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 1 tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada Pasal 68 ayat (1) menjelaskan Biro Komunikasi adalah unsur penunjang yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri/Kepala melalui Sekretaris Kementerian/Sekretaris Utama, Biro Komunikasi mempunyai tugas melaksanakan pembinaan dan pemberian dukungan informasi publik, hubungan masyarakat, pengelolaan media digital, dan produksi konten terkait informasi produk kebijakan dan program di lingkungan Kementerian/Badan, serta pelaksanaan urusan administrasi Biro.

Dalam melaksanakan tugas, Biro Komunikasi menyelenggarakan fungsi:

- a) penyiapan pembinaan dan pemberian dukungan di bidang informasi publik;
- b) pelaksanaan hubungan masyarakat;

- c) pelaksanaan pengelolaan media digital;
- d) pelaksanaan produksi konten terkait informasi produk kebijakan dan program; dan
- e) pelaksanaan urusan administrasi Biro

Berdasarkan Keputusan Sekretaris Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Sekretaris Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor SK/105/KP/10/S/2020 tentang Pembagian Tugas Koordinasi Pelaksana Fungsi Pelayanan Fungsional di lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, bahwa Biro Komunikasi dalam menjalankan tugas dan fungsinya dibantu oleh 4 (empat) Koordinator.



Adapun koordinator pada Biro Komunikasi yang membantu dalam menjalankan tugas dan fungsinya terdiri atas :

1. Bagian Informasi Publik

Bagian Informasi Publik dipimpin oleh seorang Koordinator yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Biro, Bagian Informasi publik mempunyai tugas melaksanakan urusan pelayanan dan penyajian informasi publik dan komunikasi antar lembaga pemerintah dan non pemerintah, koordinasi pengelolaan informasi publik, pelayanan pengaduan masyarakat, koordinasi penyiapan dan finalisasi bahan rapat pimpinan, rapat koordinasi, rapat terbatas, rapat kerja,

rapat dengar pendapat, dan sidang kabinet serta penyusunan kebijakan manajemen komunikasi krisis, koordinasi dan fasilitasi pencegahan, penanganan, evaluasi, dan dokumentasi krisis.

Bagian Informasi Publik dibantu 3 (tiga) Subkoordinator yaitu: Subkoordinator Pelayanan Informasi dan Pengaduan, Subkoordinator Komunikasi Antar Lembaga, dan Subkoordinator Manajemen Krisis. Subkoordinator dalam melaksanakan tugasnya, sebagai berikut :

- a. Subkoordinator Pelayanan Informasi dan Pengaduan mempunyai tugas melakukan melakukan urusan pelayanan dan penyajian informasi publik, koordinasi pengelolaan informasi publik, pelayanan pengaduan masyarakat, pengembangan dan pengelolaan sistem manajemen informasi;
- b. Subkoordinator Komunikasi Antar Lembaga mempunyai tugas melakukan urusan komunikasi antar lembaga pemerintah dan non pemerintah, serta koordinasi penyiapan dan finalisasi bahan rapat pimpinan, rapat koordinasi, rapat terbatas, rapat kerja, rapat dengan pendapat, dan sidang kabinet;
- c. Subkoordinator Manajemen Krisis mempunyai tugas melakukan melakukan urusan penyusunan kebijakan manajemen krisis, koordinasi dan fasilitasi pencegahan, penanganan, evaluasi, dan dokumentasi krisis.

2. Bagian Hubungan Masyarakat

Bagian Hubungan Masyarakat dipimpin oleh seorang Koordinator yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Biro. Bagian Hubungan Masyarakat mempunyai tugas mengelola publikasi dan hubungan dengan media, pengumpulan, pemantauan, pengolahan, serta analisis berita dan media, pengembangan opini publik, dan diseminasi kebijakan hasil analisis serta pengelolaan hubungan masyarakat melalui pengembangan komunitas.

Bagian Hubungan Masyarakat dibantu 3 (tiga) Subkoordinator yaitu: Subkoordinator Relasi Media, Subkoordinator Pemantauan dan Analisis Media, dan Subkoordinator Pengembangan Komunitas. Subkoordinator dalam melaksanakan tugasnya, sebagai berikut :

- a. Subkoordinator Relasi Media mempunyai tugas melakukan pengelolaan hubungan dengan media dan koordinasi peliputan jurnalis.pemantauan dan pengevaluasian pelaksanaan rencana program, kegiatan dan anggaran, serta rekomendasi hasil pemantauan di lingkungan Kementerian Pariwisata;

- b. Subkoordinator Pemantauan dan Analisis Media mempunyai tugas melakukan pengumpulan, pemantauan, pengolahan, serta analisis berita dan media, pengembangan opini publik, dan diseminasi kebijakan hasil analisis; dan
- c. Subkoordinator pengembangan komunitas mempunyai tugas melakukan pengelolaan hubungan masyarakat melalui pengembangan komunitas.

3. Bagian Media Digital

Bagian Media Digital dipimpin oleh seorang Koordinator yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Biro. Bagian Media Digital mempunyai tugas mengelola dan publikasi di media sosial, analisis digital, program aktivasi,

Bagian Media Digital dibantu 3 (tiga) Subkoordinator yaitu: Subkoordinator Pengelolaan Media Sosial, Subkoordinator Analisa Digital, dan Subkoordinator Program Aktivasi. Subkoordinator dalam melaksanakan tugasnya, sebagai :

- a. Subkoordinator Pengelolaan Media Sosial mempunyai tugas melakukan pengelolaan media sosial;
- b. Subkoordinator Analisa Digital mempunyai tugas melakukan pelaksanaan analisa digital; dan
- c. Subkoordinator Program Aktivasi mempunyai tugas melakukan pelaksanaan program aktivasi.

4. Bagian Produksi Konten

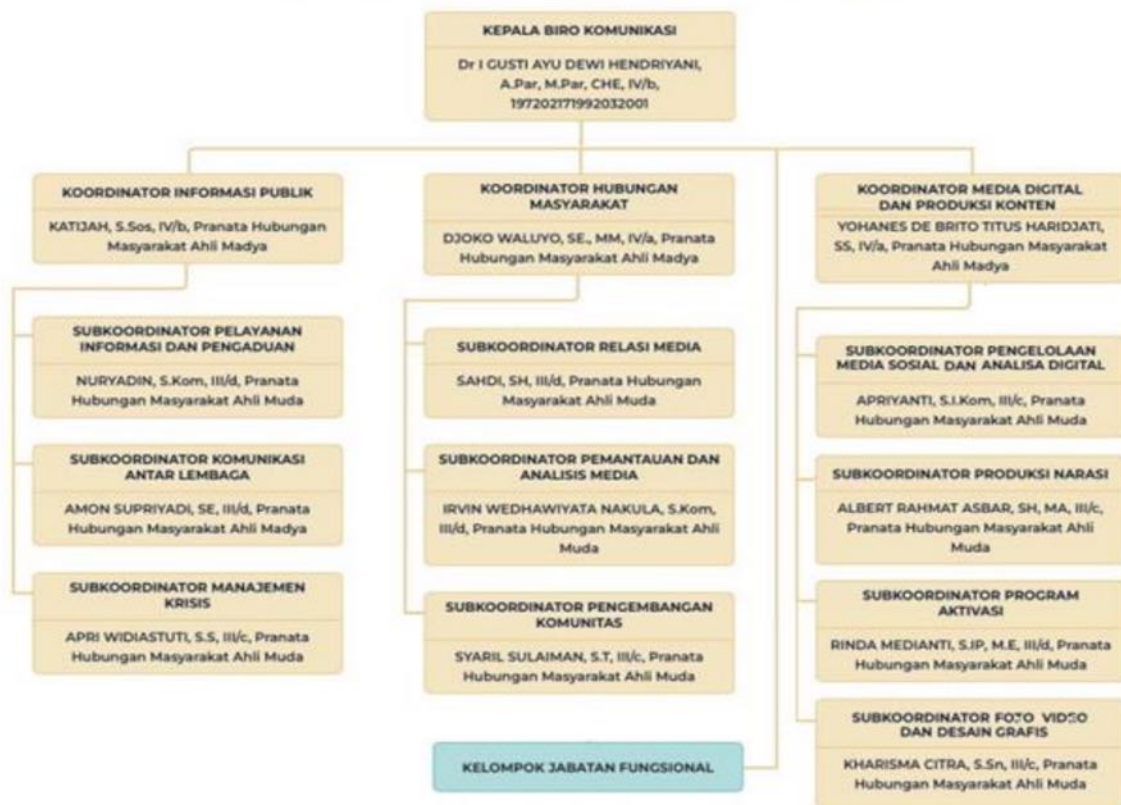
Bagian Produksi Konten dipimpin oleh seorang Koordinator yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Biro. Bagian Produksi Konten mempunyai tugas menyiapkan produksi narasi, produksi foto dan video, dan desain grafis.

Bagian Produksi Konten dibantu 3 (tiga) Subkoordinator yaitu: Subkoordinator Produksi Narasi, Subkoordinator Produksi Foto dan Video, dan Subkoordinator Desain Grafis. Subkoordinator dalam melaksanakan tugasnya, sebagai berikut :

- a. Subkoordinator Produksi Narasi mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan, pengolahan, koordinasi perumusan dan produksi narasi;
- b. Subkoordinator melakukan penyiapan bahan, pengolahan, dan pelaksanaan produksi foto dan vide; dan
- c. Subkoordinator Desain Grafis mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan, pengolahan, dan pelaksanaan desain grafis.

Namun dalam pertengahan tahun 2022 terdapat perubahan organisasi terkait koordinator yang menjalankan tugas dan fungsinya di lingkungan Biro Komunikasi sesuai Keputusan Sekretaris Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Sekretaris Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor KM/311/KP.04.00/S/2021 tentang Pembagian Tugas Koordinasi Pelaksana Fungsi Pelayanan Fungsional di lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Struktur Organisasi Biro Komunikasi



Adapun perubahan organisasi koordinator pada Biro Komunikasi dalam menjalankan tugas dan fungsinya terdiri atas :

1. Bagian Informasi Publik

Bagian Informasi Publik dipimpin oleh seorang Koordinator yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Biro, Bagian Informasi publik mempunyai tugas melaksanakan urusan pelayanan dan penyajian informasi publik dan komunikasi antar lembaga pemerintah dan non pemerintah, koordinasi pengelolaan informasi publik, pelayanan pengaduan masyarakat, koordinasi penyiapan dan finalisasi bahan rapat pimpinan, rapat koordinasi, rapat terbatas, rapat kerja,

rapat dengar pendapat, dan sidang kabinet serta penyusunan kebijakan manajemen komunikasi krisis, koordinasi dan fasilitasi pencegahan, penanganan, evaluasi, dan dokumentasi krisis.

Bagian Informasi Publik dibantu 3 (tiga) Subkoordinator yaitu: Subkoordinator Pelayanan Informasi dan Pengaduan, Subkoordinator Komunikasi Antar Lembaga, dan Subkoordinator Manajemen Krisis. Subkoordinator dalam melaksanakan tugasnya, sebagai berikut :

- a. Subkoordinator Pelayanan Informasi dan Pengaduan mempunyai tugas melakukan melakukan urusan pelayanan dan penyajian informasi publik, koordinasi pengelolaan informasi publik, pelayanan pengaduan masyarakat, pengembangan dan pengelolaan sistem manajemen informasi;
- b. Subkoordinator Komunikasi Antar Lembaga mempunyai tugas melakukan urusan komunikasi antar lembaga pemerintah dan non pemerintah, serta koordinasi penyiapan dan finalisasi bahan rapat pimpinan, rapat koordinasi, rapat terbatas, rapat kerja, rapat dengan pendapat, dan sidang kabinet;
- c. Subkoordinator Manajemen Krisis mempunyai tugas melakukan melakukan urusan penyusunan kebijakan manajemen krisis, koordinasi dan fasilitasi pencegahan, penanganan, evaluasi, dan dokumentasi krisis.

2. Bagian Hubungan Masyarakat

Bagian Hubungan Masyarakat dipimpin oleh seorang Koordinator yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Biro. Bagian Hubungan Masyarakat mempunyai tugas mengelola publikasi dan hubungan dengan media, pengumpulan, pemantauan, pengolahan, serta analisis berita dan media, pengembangan opini publik, dan diseminasi kebijakan hasil analisis serta pengelolaan hubungan masyarakat melalui pengembangan komunitas.

Bagian Hubungan Masyarakat dibantu 3 (tiga) Subkoordinator yaitu: Subkoordinator Relasi Media, Subkoordinator Pemantauan dan Analisis Media, dan Subkoordinator Pengembangan Komunitas. Subkoordinator dalam melaksanakan tugasnya, sebagai berikut :

- a. Subkoordinator Relasi Media mempunyai tugas melakukan pengelolaan hubungan dengan media dan koordinasi peliputan jurnalis.pemantauan dan pengevaluasian pelaksanaan rencana program, kegiatan dan anggaran, serta rekomendasi hasil pemantauan di lingkungan Kementerian Pariwisata;
- b. Subkoordinator Pemantauan dan Analisis Media mempunyai tugas melakukan pengumpulan, pemantauan, pengolahan, serta analisis berita dan media, pengembangan opini publik, dan diseminasi kebijakan hasil analisis; dan

- c. Subkoordinator pengembangan komunitas mempunyai tugas melakukan pengelolaan hubungan masyarakat melalui pengembangan komunitas.

3. Media Digital dan Produksi Konten

Bagian Digital dan Produksi Konten dipimpin oleh seorang Koordinator yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Biro. Bagian Digital dan Produksi Konten mempunyai tugas pengelolaan media sosial dan Analisa digital, program aktivasi, produksi narasi, dan produksi foto dan video dan desain grafis.

Bagian Digital dan Produksi Konten dibantu 4 (empat) Subkoordinator yaitu: Subkoordinator pengelolaan media sosial dan Analisa digital, Subkoordinator Produksi Narasi, Subkoordinator Program Aktivasi, dan Subkoordinator Produksi Foto, Video dan Desain Grafis. Subkoordinator dalam melaksanakan tugasnya, sebagai berikut :

- a. Subkoordinator Pengelolaan Media Sosial mempunyai tugas melakukan pengelolaan media sosial dan analisa digital;
- b. Subkoordinator Program Aktivasi mempunyai tugas melakukan pelaksanaan program aktivasi.
- c. Subkoordinator Produksi Narasi mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan, pengolahan, koordinasi perumusan dan produksi narasi;
- d. Subkoordinator melakukan penyiapan bahan, pengolahan, dan pelaksanaan produksi foto, video dan desain grafis

Pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, dimana pariwisata dan ekonomi kreatif menjadi salah satu sector yang memberikan kontribusi terhadap meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan membuka lapangan kerja. Selain itu sektor ekonomi kreatif juga merupakan sektor industri yang mampu memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, yang mampu menunjukkan keunggulan yang kompetitif dari bangsa Indonesia dari segi kreatifitas dan inovasi. Kedua sektor tersebut telah mengalami pertumbuhan yang cukup menggembirakan dari tahun ke tahun, seiring dengan perubahan tren dunia dalam bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.

Akuntabilitas Kinerja merupakan sebuah perwujudan kewajiban suatu Instansi Pemerintah untuk mempertanggungjawabkan keberhasilan/kegagalan dalam pelaksanaan misi organisasi dalam mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan melalui alat pertanggungjawaban secara periodik.

Untuk meningkatkan akuntabilitas kinerja Biro Komunikasi, maka perlu pula ditingkatkan pelaksanaan pemerintahan yang lebih berdaya guna, bersih dan

bertanggungjawab, untuk itu dipandang perlu adanya Pelaporan Kinerja (LAKIN) guna mengetahui sejauh mana kemampuan aparatur Biro Komunikasi dalam mencapai visi, misi dan tujuan organisasi.



Tuntutan akan transparansi dan akuntabilitas penyelenggaraan negara sebagai implementasi *good and clean governance* serta hak publik untuk memperoleh informasi sesuai peraturan perundang-undangan menjadi kewajiban bagi setiap badan publik, termasuk Kemenparekraf/Baparekraf, untuk meningkatkan kinerjanya sekaligus tantangan untuk membuka akses kepada publik atas informasi yang berkaitan dengan kewajibannya selaku badan publik. Oleh itu, Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) mengatur mekanisme

penyediaan dan penyajian informasi Kemenparekraf/Baparekraf secara komprehensif dan menjadi standard prosedur pelayanan informasi pariwisata dan ekonomi kreatif. Untuk meningkatkan kapasitasnya dalam melaksanakan pelayanan informasi publik yang diamanatkan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Sesuai dengan amanat Undang-Undang tentang Keterbukaan Informasi Publik, Biro Komunikasi berkewajiban menjalankan tugas dan fungsinya memberikan pelayanan informasi yang mudah, cepat, dan sederhana sehingga mendukung pelayanan informasi bagi publik untuk segala lapisan masyarakat.

Untuk itu, Biro Komunikasi harus mendorong terbangunnya berbagai infrastruktur pendukung pengelolaan dan pelayanan informasi yang prima di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Kegiatan

Pelayanan Informasi Publik PPID ini dilaksanakan sebagai wujud penerapan dari Indikator Kinerja terhadap layanan publik yang dilaksanakan di lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

1.2. DASAR HUKUM

1. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional;
2. Peraturan Presiden RI Nomor 7 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2004 - 2009;
3. Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2014 tentang Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (Sistem AKIP);
4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2006 tentang Pelaporan Keuangan dan Kinerja Instansi Pemerintah;
5. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2006 tentang Tata Cara Pengendalian dan Evaluasi Pelaksanaan Rencana Pembangunan;
6. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 25 Tahun 2021 tentang Roadmap Reformasi Birokrasi;
7. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 53 Tahun 2014 tentang tentang petunjuk teknis perjanjian kinerja, pelaporan kinerja dan tata cara atas laporan kinerja instansi Pemerintah;
8. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 11 Tahun 2020 tentang Pelayanan Informasi Publik
9. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 18 Tahun 2020 tentang Standar Pelayanan Publik
10. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 1 tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;
11. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 12 Tahun 2020 tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020 - 2024;

1.3. MAKSUD DAN TUJUAN

1. Maksud

Laporan Kinerja (LAKIN) Biro Komunikasi Tahun 2022 dimaksudkan untuk menyajikan pertanggungjawaban dan informasi mengenai rencana dan capaian kinerja di lingkungan Biro Komunikasi melalui seperangkat indikator kinerja;

2. Tujuan

Sebagai bahan evaluasi atas keberhasilan dan hambatan, permasalahan dan kendala utama yang berkaitan dengan kinerja Biro Komunikasi sehingga dapat diambil langkah-langkah perbaikan.

1.4. SISTEMATIKA LAPORAN KINERJA

Laporan Kinerja Biro Komunikasi tahun 2022, selain untuk menjelaskan pencapaian selama setahun pada tahun 2022 juga mengevaluasi dan menginformasikan pencapaian sasaran strategis pada periode akhir Rencana Strategis serta permasalahan dan kendala yang terjadi sejak bulan Januari s.d Desember 2022. Selain itu, capaian kinerja juga dapat digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan program atau kegiatan pada tahun berikutnya. Laporan Kinerja ini disusun dengan sistematika berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, tugas dan fungsi, struktur organisasi, dan sistematika penulisan.

BAB II PERENCANAAN KINERJA

Bab ini berisi tentang rencana strategis, indikator kinerja utama, pengukuran kinerja dan anggaran bulan Januari s.d Desember 2022.

BAB III AKUNTABILITAS KINERJA

a. Capaian Kinerja

Disajikan sesuai dengan hasil pengukuran kinerja organisasi dan dilakukan analisis capaian kinerja.

b. Realisasi Anggaran

Diuraikan realisasi anggaran yang digunakan untuk mewujudkan kinerja organisasi sesuai dengan dokumen perjanjian kinerja.

BAB IV PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan capaian kinerja yang telah diuraikan pada bab- bab sebelumnya.

BAB II PERENCANAAN DAN PERJANJIAN

A. PERENCANAAN BIRO KOMUNIKASI

2.1 RENCANA STRATEGIS

Berdasarkan Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional, Pasal 15 ayat (1) dan Pasal 19 ayat (2), dimana setiap Kementerian/Lembaga (Renstra-KL) menjamin keterkaitan dan konsistensi antara perencanaan, penganggaran, pelaksanaan dan pengawasan serta menjamin tercapainya penggunaan sumber daya secara efisien, efektif, berkeadilan dan berkelanjutan.

Salah satu upaya untuk mengetahui dan meningkatkan kinerja pemerintah yaitu adanya kewajiban bagi setiap unit-unit kerja di instansi pemerintah untuk selalu membuat Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP). Selanjutnya melalui LAPORAN KINERJA (LAKIN) tersebut, pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) akan mengetahui keberhasilan atau kegagalan instansi yang bersangkutan dalam memberikan pelayanannya kepada masyarakat.

Dalam pelaksanaan sistem akuntabilitas kinerja instansi pemerintah, penyusunan Rencana Strategis merupakan langkah awal untuk melakukan pengukuran kinerja instansi pemerintah. Perencanaan strategis instansi pemerintah merupakan integrasi antara keahlian sumber daya manusia dan sumber daya lain agar mampu menjawab tuntutan perkembangan lingkungan, baik lingkungan strategis, nasional, maupun global serta tetap berada dalam tatanan sistem manajemen nasional.

Harapan kedepan, peran Biro Komunikasi dapat memperhatikan berbagai perubahan yang ditimbulkan oleh kondisi internal maupun eksternal. Kondisi internal merupakan kondisi di dalam lingkungan Biro Komunikasi yang memberi kontribusi secara langsung pada pencapaian tujuan dan sasaran antara lain terdiri dari SDM, sarana, prasarana, dan jejaring kerja. Kondisi eksternal meliputi berbagai pihak yang berkaitan dengan pelayanan informasi, dan kehumasan. Perubahan yang mempengaruhi lingkungan strategi berupa peraturan perundang-undangan dalam bidang perencanaan, penganggaran dan sistem serta sikap dan perilaku masyarakat terhadap tuntutan "*Good Governance*" yang menginginkan

adanya sikap keterbukaan, akuntabilitas dan keikutsertaan masyarakat dalam pembangunan nasional.

Salah satu kunci utama penentu keberhasilan ini adalah adanya komitmen yang kuat dari Pimpinan dan seluruh aparatur Biro Komunikasi untuk memfokuskan pemanfaatan sumber daya dan dana organisasi dalam melaksanakan program dan kegiatan yang ditetapkan dalam Rencana Strategis Sekretariat Kementerian/Sekretariat Utama 2020 - 2024 dan Rencana Kinerja Tahun 2022.

Target Perjanjian Kinerja Biro Komunikasi tahun 2022 dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan dalam Renstra Sekretariat Kementerian/Sekretariat Utama 2020 - 2024.

Berdasarkan Perjanjian Kinerja (PK) yang telah disepakati oleh kedua belah pihak antara Kepala Biro Komunikasi dengan Sekretaris Kementerian/Sekretaris Utama terdapat kesepakatan terdiri dari 4 (empat) sasaran, 5 (lima) Indikator Kinerja Utama dengan target, yang didukung dengan alokasi anggaran sebesar Rp.52,179,647,000,00 (Lima puluh dua milyar seratus tujuh puluh sembilan juta enam ratus empat puluh tujuh ribu rupiah). Dengan demikian, tugas dan fungsi, wewenang dan tanggungjawab (core area) Biro Komunikasi dapat diwujudkan dalam rangka mencapai Visi dan Misi nya.

Alokasi anggaran tersebut disediakan untuk melaksanakan tugas dan fungsi Biro Komunikasi tahun anggaran 2022, dari usaha dan kerja keras dari seluruh jajaran pejabat dan staf, sehingga capaian kinerja yang diharapkan dapat dicapai dengan baik melalui pelaksanaan serangkaian kegiatan-kegiatan yang diembannya yaitu:

- a) penyiapan pembinaan dan pemberian dukungan di bidang informasi publik;
- b) pelaksanaan hubungan masyarakat;
- c) pelaksanaan pengelolaan media digital;
- d) pelaksanaan produksi konten terkait informasi produk kebijakan dan program; dan
- e) pelaksanaan urusan administrasi Biro

Dalam rangka mencapai sasaran, Indikator Kinerja Utama, serta target-target yang telah ditetapkan dalam Rencana Strategis tahun 2020 - 2024, sangat diperlukan adanya komitmen dari Pimpinan dan seluruh aparatur di jajaran Biro Komunikasi. Sasaran program Sekretariat Kementerian/Sekretariat Utama merupakan pendelegasian yang dilakukan berdasarkan Sasaran Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020 - 2024.

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 25 Tahun 2021 tentang *Road Map* Reformasi Birokrasi 2021-2024, yaitu:

- a) Birokrasi yang bersih dan akuntabel bermakna penyelenggaraan birokrasi nasional dengan tingkat perilaku korupsi yang rendah, mengimplementasikan Sistem Akuntabilitas Instansi Pemerintah (SAKIP) dan pengelolaan keuangan yang berkualitas.
- b) Birokrasi yang kapabel bermakna penyelenggaraan birokrasi dengan kelembagaan yang fit dengan kebutuhan strategi, pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam mendorong kinerja organisasi dan didukung oleh ASN yang professional.
- c) Pelayanan publik yang prima bermakna bahwa organisasi memberikan layanan yang tepat kepada masyarakat berdasarkan kebutuhan. Pelayanan publik diberikan berdasarkan atas penyelenggaraan pelayanan publik sesuai dengan regulasi yang berlaku dengan memperhatikan kualitas layanan.

Sesuai Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 12 tahun 2021 tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2020-2024, dirumuskan visi misi 5 (lima) tahun sebagai berikut:

VISI

“PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF INDONESIA YANG MAJU, BERDAYA SAING, BERKELANJUTAN SERTA MENGEDEPANKAN KEARIFAN LOKAL DALAM MEWUJUDKAN INDONESIA MAJU YANG BERDAULAT, MANDIRI DAN BERKEPRIBADIAN BERLANDASKAN GOTONG ROYONG”

Visi Kemenparekraf/Baparekraf :

“BIROKRASI KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF YANG PROFESSIONAL AKUNTABEL, EFEKTIF DAN EFISIEN”

Misi

“MENYELENGGARAKAN REFORMASI BIROKRASI KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF YANG SELARAS DENGAN PELAKSANAAN REFORMASI BIROKRASI NASIONAL”

Penyelenggaraan reformasi birokrasi Sekretariat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Sekretariat Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020-2024 2021 - 2024 memperhatikan ketiga sasaran nasional (makro) tersebut. Ketiga sasaran tersebut dicapai melalui implementasi 8 (delapan) area perubahan. Namun, Sekretariat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Sekretariat Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

2020-2024 dalam hal ini hanya bertanggung jawab terhadap 7 (tujuh) area perubahan di luar substansi pengawasan.

Terdapat 8 (delapan) area perubahan yaitu:

1. Manajemen perubahan
2. Deregulasi kebijakan
3. Penataan organisasi
4. Penataan tatalaksana
5. Penataan SDM Aparatur
6. Penguatan akuntabilitas
7. Penguatan pengawasan, dan
8. Peningkatan kualitas layanan publik.

2.2 Perjanjian Kinerja Biro Komunikasi TA. 2022

PERJANJIAN KINERJA TAHUN 2022 KEPALA BIRO KOMUNIKASI

No. (1)	Sasaran Program/Kegiatan (2)	Indikator Kinerja (3)	Target (4)
1.	Meningkatnya kualitas layanan Komunikasi publik	1. Indeks Kualitas Layanan Publik	3,2
		2. Indeks Tingkat Kepatuhan Standar Pelayanan	81%
2.	Terwujudnya citra positif Kemenparekraf/Baparekraf di media cetak dan elektronik nasional dan internasional	3. Rasio Berita Positif terkait Kemenparekraf/Baparekraf terhadap Total Berita terkait Kemenparekraf/Baparekraf yang di Publikasikan pada Media Cetak, Elektronik dan Online di Nasional dan Internasional	83%
3.	Terwujudnya Keterbukaan Informasi Publik di Kemenparekraf/Baparekraf	4. Nilai Keterbukaan Informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	91
4.	Meningkatnya kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi	5. Tingkat kepuasan Satker terhadap layanan Biro Komunikasi	3,3

2.3 Pengukuran Capaian Kinerja

Pengukuran kinerja dimaksudkan untuk menilai keberhasilan atau kegagalan pelaksanaan kegiatan yang telah ditetapkan dalam Rencana Strategis dan Rencana Kinerja Tahunan. Pengukuran Kinerja didasarkan pada target dan realisasi dengan satuan pengukuran dalam bentuk persentase, indek, rata-rata, angka dan jumlah.

Persentase pencapaian rencana tingkat capaian, dihitung dengan rumus bahwa semakin tinggi realisasi menggambarkan pencapaian rencana tingkat capaian yang semakin baik.

Penghitungan persentase pencapaian rencana tingkat capaian (Formulir Pengukuran Kinerja), perlu memperhatikan karakteristik komponen realisasi, dalam kondisi :

- a) Semakin Tinggi realisasi semakin menunjukkan pencapaian kinerja semakin baik;
- b) Semakin tinggi realisasi menunjukkan semakin rendah pencapaian kinerja,

Dalam penilaian kinerja gradasi nilai (skala intensitas) kinerja suatu indikator dapat dimaknai sebagai berikut:

- a. Hasil Sangat Tinggi dan Tinggi
Gradasi ini menunjukkan pencapaian/realisasi kinerja capaian telah memenuhi target dan berada diatas persyaratan minimal kelulusan penilaian kinerja.
- b. Hasil Sedang
Gradasi cukup menunjukkan pencapaian/realisasi kinerja capaian telah memenuhi persyaratan minimal.
- c. Hasil Rendah dan Sangat Rendah
Gradasi ini menunjukkan pencapaian/realisasi kinerja capaian belum memenuhi/masih dibawah persyaratan minimal pencapaian kinerja yang diharapkan.

No	Interval Nilai Realisasi Kinerja	Kriteria Penilaian Realisasi Kinerja
1	$91 \leq$	Sangat Tinggi
2	$76 \leq 90$	Tinggi
3	$66 \leq 75$	Sedang
4	$51 \leq 65$	Rendah
5	≤ 50	Sangat Rendah

Sumber Laporan Akuntabilitas Kinerja Tahun 2020

BAB III AKUNTABILITAS KINERJA

3.1 CAPAIAN KINERJA TAHUN 2022

Rencana Strategis Sekretariat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Sekretariat Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020-2024 (Renstra Sekretariat Kemenparekraf/Settama Baparekraf 2020-2024). Proses perumusan Sekretariat Kemenparekraf/Settama Baparekraf 2020-2024 mengacu pada Renstra Kemenparekraf/Baparekraf 2020-2024 untuk memastikan keselarasan vertikal (*vertical alignment*).

Proses penjabaran dari Sasaran dan Program yang telah ditetapkan dalam Rencana Strategis Sekretariat Kementerian/Sekretariat Utama 2020-2024, yang akan dilaksanakan oleh Biro Komunikasi melalui berbagai kegiatan secara tahunan termasuk didalamnya adalah perjanjian kinerja tahun 2022 yang merupakan proses perencanaan kinerja yang didokumentasikan dalam Rencana Kinerja Tahunan (*Annual Performance Plan*). Di dalam Rencana Kinerja Tahunan ditetapkan target kinerja tahun 2022 untuk seluruh indikator kinerja yang ada pada tingkat sasaran dan kegiatan. Target kinerja ini akan menjadi komitmen bagi Biro Komunikasi untuk mencapainya dalam tahun 2022. Hubungan antara rencana kinerja tahunan, perjanjian kinerja, dan Laporan Kinerja (LAKIN) dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Dengan demikian, Perjanjian Kinerja 2022 Biro Komunikasi merupakan dokumen yang menyajikan target kinerja untuk tahun 2022 dan merupakan bentuk komitmen penuh organisasi untuk mencapai kinerja yang sebaik-baiknya sebagai bagian dari upaya memenuhi misi organisasi.

REALISASI CAPAIAN KINERJA BIRO KOMUNIKASI TAHUN 2022

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA	TARGET	REALISASI
1	Meningkatnya kualitas reformasi birokrasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sesuai kewenangan Biro Komunikasi	1. Indeks Kualitas Layanan Publik	3,2	4,54
		2. Indeks Tingkat Kepatuhan Standar Pelayanan	81%	94,00
2	Terwujudnya citra positif Kemenparekraf di media cetak dan elektronik nasional dan internasional	3. Rasio Berita Positif Terkait Kemenparekraf Terhadap Total Berita Terkait Kemenparekraf Yang Dipublikasikan Pada Media Cetak Dan Elektronik dan Online di Nasional dan Internasional	83%	86,27%
3	Terwujudnya keterbukaan informasi publik di Kemenparekraf	4. Nilai keterbukaan informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	91	94,78
4	Meningkatnya kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi	5. Tingkat Kepuasan Satker Terhadap Biro Komunikasi	3,3	3,4

KEBERHASILAN DAN KENDALA CAPAIAN REALISASI PER INDIKATOR KINERJA

Mengacu pada Rencana Strategis dan Perjanjian Kinerja Tahunan Biro Komunikasi yang telah ditetapkan dan menjadi komitmen kita bersama, maka berikut ini akan diuraikan Perjanjian kinerja Biro Komunikasi, berdasarkan masing-masing sasaran strategis, Indikator Kinerja dan target-target yang telah ditetapkan sebagai berikut:

1. Meningkatnya kualitas reformasi birokrasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sesuai kewenangan Biro Komunikasi;
2. Terwujudnya citra positif Kemenparekraf di media cetak dan elektronik nasional dan internasional;
3. Terwujudnya keterbukaan informasi publik di Kemenparekraf;
4. Meningkatnya kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi

1. Meningkatkan kualitas reformasi birokrasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sesuai kewenangan Biro Komunikasi

Pada tahun 2022 ini sasaran "Meningkatnya Kualitas Reformasi Birokrasi Kemenparekraf Sesuai Kewenangan Biro Komunikasi Kemenparekraf", yang ditandai oleh Nilai peningkatan kualitas layanan publik.

Indikator keberhasilan sasaran, berikut target dan realisasinya dapat di lihat pada tabel berikut ini :

No	Indikator	Target	Realisasi	% Capaian
		2022	2022	
1.	Indeks Kualitas Layanan Publik	3,2	4,54	141

Dalam rangka meningkatkan Nilai peningkatan kualitas layanan publik telah dilaksanakan:

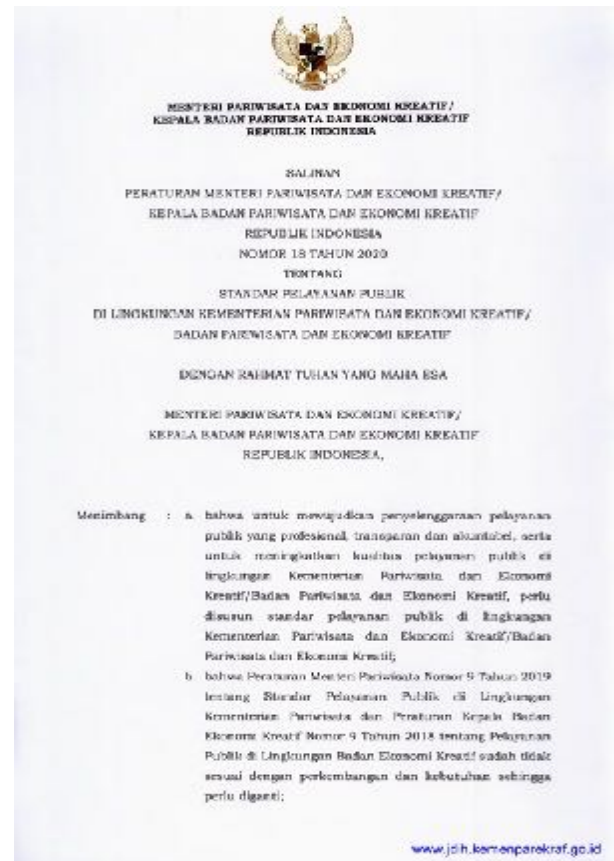
a. PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK

Dalam rangka meningkatkan nilai peningkatan kualitas layanan publik pada tahun 2022, telah dilaksanakan beberapa kegiatan, yaitu:

1) Standar Pelayanan

Reformasi birokrasi yang bertujuan untuk terciptanya birokrasi yang bersih dan akuntabel, birokrasi yang efektif dan efisien, serta birokrasi yang memiliki pelayanan publik yang berkualitas, yang dituangkan melalui 8 (delapan) area perubahan. Salah satunya menyentuh mengenai manajemen standar pelayanan publik untuk mendorong peningkatan kualitas pelayanan yang lebih cepat, murah, berkekuatan hukum, nyaman, aman, jelas, dan terjangkau serta menjaga profesionalisme para petugas pelayanan publik.

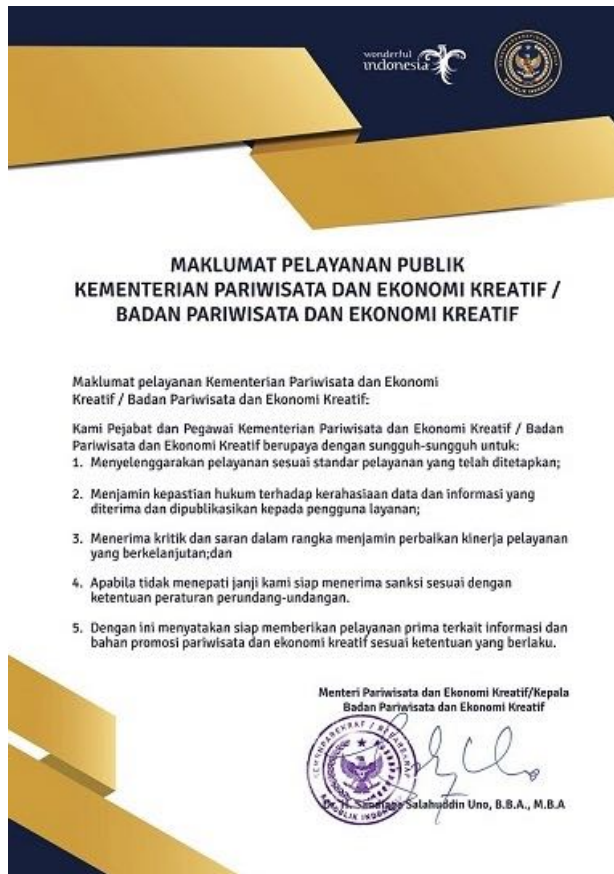
Mengacu pada hal tersebut, pelayanan publik yang berkualitas harus memiliki kekuatan hukum, artinya perlu adanya penetapan dasar hukum yang mendasari berlangsungnya seluruh kegiatan pelayanan publik di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Biro Komunikasi telah menginisiasi pembuatan Peraturan Menparekraf/Kabaparekraf Nomor 18 Tahun 2021 tentang Standar Pelayanan Publik di lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf.



Gambar. Permenparekraf tentang Standar Pelayanan Publik

Standar Pelayanan Publik di Lingkungan Kementerian disusun berdasarkan prinsip sederhana, partisipatif, akuntabel, berkelanjutan, transparansi, dan berkeadilan. yang meliputi:

- a. Layanan informasi publik yang terkait dengan kepariwisataan dan ekonomi kreatif;
- b. Layanan konsultasi/audiensi kepariwisataan dan ekonomi kreatif;
- c. Layanan penyediaan narasumber kepariwisataan dan ekonomi kreatif;
- d. Layanan konsultasi dana alokasi khusus;
- e. Layanan pengajuan magang/praktek kerja lapangan;
- f. Layanan fasilitasi bidang produk wisata dan penyelenggaraan kegiatan (*events*);
- g. Layanan penyelenggaraan informasi keikutsertaan industri pada kegiatan promosi pariwisata dan ekonomi kreatif; dan
- h. Layanan penyelenggaraan informasi fasilitasi pelaku ekonomi kreatif pada kegiatan Kementerian.



Gambar . Maklumat Pelayanan Publik

Maklumat Pelayanan Publik yang ditandatangani oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta para pejabat eselon I di lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf menjadi komitmen bagi seluruh pihak untuk menjalankan pelayanan publik. Maklumat pelayanan publik ditampilkan di website ppid.kemenparekraf.go.id maupun di Gedung kantor Kemenparekraf/Baparekraf.

Dalam melaksanakan pelayanan publik, Biro Komunikasi juga membuat 12 (dua belas) Standar Operasional Prosedur (SOP), yang terdiri dari :

- 1) SOP Chatbot TiWi
- 2) SOP Layanan Pengaduan
- 3) SOP PPID
- 4) SOP Pengajuan Keberatan
- 5) SOP Contact Center
- 6) SOP Penanganan Pengajuan Keberatan Informasi Publik
- 7) SOP Pelayanan Publik Melalui Information Center di Masa Kenormalan Baru
- 8) SOP Pendokumentasian Informasi Publik
- 9) SOP Pendokumentasian Informasi Yang Dikecualikan
- 10) SOP Penetapan dan Pemutakhiran Informasi Publik
- 11) SOP Pengujian Konsekuensi
- 12) SOP Penyelesaian Sengketa Informasi

Kedua belas SOP ini dibuat untuk memudahkan masyarakat dalam membuat permohonan informasi maupun pengaduan yang kemudian nantinya dikoordinasikan kepada satuan kerja teknis terkait di lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf.

2) Budaya Pelayanan Prima

Budaya pelayanan prima mutlak diperlukan dalam melayani masyarakat dan seluruh pemangku kepentingan pariwisata dan ekonomi kreatif. Beberapa *platform* pelayanan publik, seperti : information center, website www.kemenparekraf.go.id, Chatbot TiWi, Contact Center Whatsapp 08118956767, Microsite PPID www.ppid.kemenparekraf.go.id, Media sosial (Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, dan Tiktok), Email, majalah cetak Ragam Pesona, majalah digital Pesona E-Magazine, Digital Banner, Digital Poster, dan videotron. Melalui berbagai *platform* yang menunjang pelayanan informasi publik tersebut. Biro Komunikasi membuat masyarakat semakin mudah mengajukan informasi maupun pengaduan.

Untuk menunjang budaya pelayanan prima diperlukan produk hukum untuk semakin menguatkan posisi pelayanan publik di lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf, yaitu :

- 1) Peraturan Menparekraf/Kabaparekraf Nomor 11 Tahun 2020 tentang Pelayanan Informasi Publik di lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf;
- 2) Peraturan Menparekraf/Kabaparekraf Nomor 18 Tahun 2020 tentang Standar Pelayanan Publik di lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf;
- 3) Keputusan Menparekraf/Kabaparekraf Nomor KM/20/KK.00.00/MK/2022 tentang Kelompok Kerja Pengelola Pelayanan Publik di lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf;
- 4) Keputusan Sekretaris Kemenparekraf/Sekretaris Utama Baparekraf Nomor SK/89/KK.00.01/S/2022 Tentang Daftar Informasi Publik Yang Wajib Disediakan dan Diumumkan di Lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf;
- 5) Keputusan Sekretaris Kemenparekraf/Sekretaris Utama Baparekraf Nomor SK/90/KK.00.01/S/2022 Tentang Daftar Informasi Yang Dikecualikan di Lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf.

Dalam rangka mendukung budaya prima pelayanan publik, juga telah dilaksanakan beberapa kegiatan yang mengundang narasumber dari Komisi Informasi Pusat dan Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi serta kelompok kerja pelayanan publik di lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf, di antaranya adalah :

1. Peningkatan Kapasitas SDM Informasi dan Pelayanan Publik

Sesuai Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 1 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Biro Komunikasi mempunyai

tugas salah satunya memberikan pelayanan informasi yang mudah, cepat, dan sederhana. Untuk itu, diperlukan adanya peningkatan kapasitas sumber daya manusia bidang Informasi dan Pelayanan Publik melalui bimbingan teknis dalam rangka memberikan pengetahuan, pemahaman dan keterampilan guna memberikan layanan publik yang berkualitas, efektif, dan efisien.

Pelaksanaan kegiatan peningkatan kapasitas sdm informasi dan pelayanan publik dilaksanakan pada 19 Juli 2022 dengan mengundang Komisioner Komisi Informasi Pusat dan Analis Kebijakan Madya Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi menjadi narasumber dan mengundang pejabat eselon I dan II serta anggota kelompok kerja pelayanan publik Kemenparekraf/Baparekraf dari tingkat eselon I, Poltekpar, dan Badan Pelaksana Otorita.



2. Diseminasi dan Bimbingan Teknis Informasi Publik Kemenparekraf/Baparekraf

Bahwa dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, maka informasi sebagai kebutuhan setiap orang dan setiap orang berhak memperoleh informasi. Keterbukaan informasi publik merupakan sarana dalam mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan negara, dan Badan Publik sebagai pengelolaan informasi publik yang dapat mengembangkan masyarakat informasi.

Dengan ditetapkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 1 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Biro Komunikasi

mempunyai tugas salah satunya memberikan pelayanan informasi yang mudah, cepat, dan sederhana sehingga mendukung pelayanan informasi bagi publik untuk segala lapisan masyarakat.

Dengan adanya tuntutan akan transparansi dan akuntabilitas penyelenggaraan negara dalam implementasi *good and clean governance* serta hak publik untuk memperoleh informasi, maka menjadi kewajiban bagi Kemenparekraf/Baparekraf untuk membuka akses kepada publik atas informasi yang berkaitan dengan kewajibannya sebagai badan publik. Biro Komunikasi melakukan diseminasi dan bimbingan teknis informasi publik kepada satuan kerja dan Unit Pelaksana Teknis (UPT).

Kegiatan diseminasi dan bimbingan teknis informasi publik ini dilaksanakan di beberapa Poltekpar dan Badan Pelaksana Otorita khususnya PIC PPID, pengelola keuangan, panitia barang/jasa, satuan pengawas internal maupun para pegawai di satuan kerja tersebut.

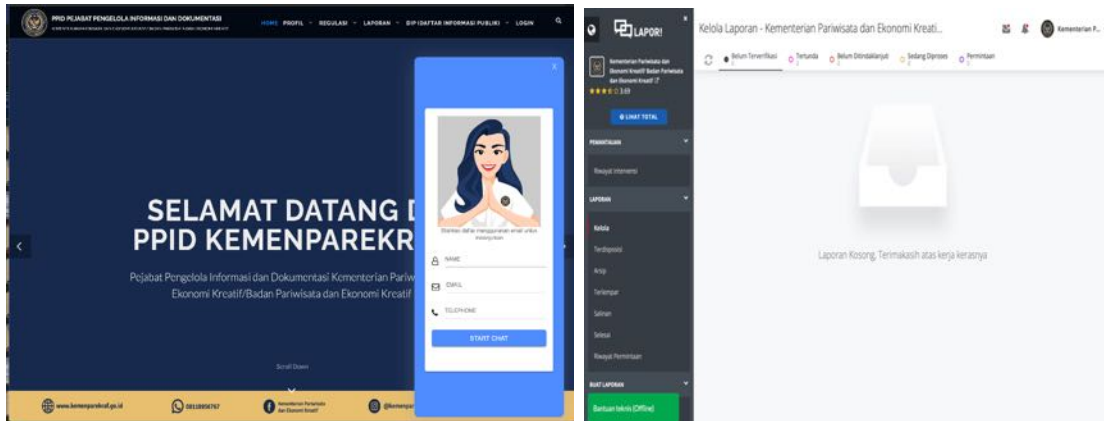


Pada tahun 2022, kegiatan diseminasi dan bimbingan informasi publik dilaksanakan di Badan Pelaksana Otorita Danau Toba, Badan Pelaksana Otorita Borobudur, Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo dan Flores, Poltekpar NHI Bandung, Poltekpar Makassar, Poltekpar Medan., dan Poltekpar Bali Sedangkan Poltrekpar Palembang dan Poltekpar Lombok kegiatan diseminasi dilaksanakan secara hybrid di Jakarta. Kegiatan diseminasi dan bimbingan informasi publik telah dilaksanakan bulan Januari s.d Agustus 2022 dengan mengundang Tenaga ahli Komisi Informasi Pusat sebagai narasumber dan memantau dan evaluasi pelayanan informasi publik yang ada di Poltekpar dan Badan Pelaksana Otorita.

3) Pengelolaan Pengaduan

Penanganan pengaduan oleh masyarakat di Kemenparekraf/ Baparekraf didasari oleh peraturan Menteri, yaitu Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penanganan Pengaduan Masyarakat di lingkungan Kementerian Pariwisata.

Selain menerima pengaduan di information center, Biro Komunikasi mempunyai platform pengaduan berupa Chatbot TiWi dan juga termasuk ke dalam pengelola admin dalam aplikasi LAPOR! yang diawasi oleh Kementerian PAN-RB, Ombudsman, dan Kantor Staf Presiden. Dalam pengelolaan, Biro Komunikasi juga membuat SOP Layanan Pengaduan yang diunggah di microsite ppid.kemenparekraf.go.id.



LAPORAN INFORMASI DAN PENGADUAN
JANUARI S.D DESEMBER 2022

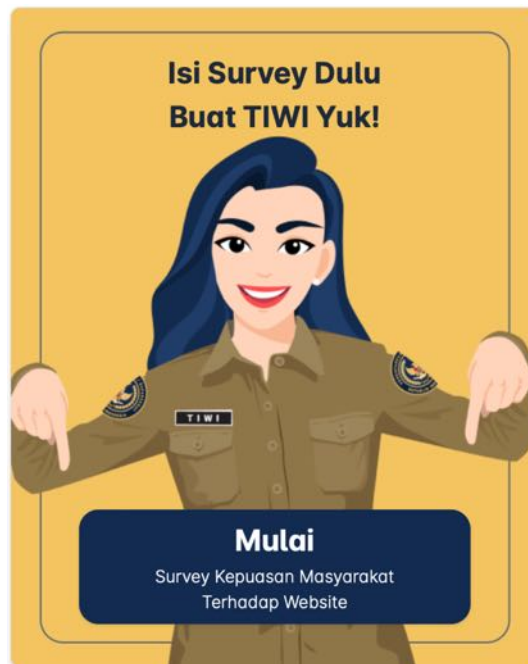
NO.	PLAFORM LAYANAN	TOTAL
1	Whatshap & Chatbot TiWi	28.406
2	SP4N-apor!	18
3	Information center	9
4	Email info@kemenparekraf.go.id	1.009
5	Call center	19
6	Microsite PPID	165
7	PPID	16
TOTAL		29.659

Pengaduan yang masuk melalui chatbot TiWi maupun aplikasi LAPOR! semuanya dapat terselesaikan dengan baik. Pengaduan berkadar pengawasan dan bukan pengawasan dapat tertangani dengan baik.

4) Penilaian Kepuasan terhadap Pelayanan

Penilaian atau survei kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik yang dilakukan Biro Komunikasi Kemenparekraf/Baparekraf dilakukan setiap bulan mulai

dari Januari sampai dengan Desember 2022. Survei dilakukan melalui chatbot TiWi dan juga Contact Center 08118956767 maupun website kemenparekraf.go.id



Survey kepuasan layanan informasi publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dimaksudkan untuk membangun hasil penilaian terhadap layanan informasi melalui layanan survey di chatbot TiWi melalui interkoneksi dan sinergi dari data dan informasi yang dihasilkan oleh masing - masing unit kerja.

Adapun tujuannya adalah:

- Perwujudan penilaian terhadap pelayanan informasi yang terdapat di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;
- Memberikan *feedback* atas kemudahan dalam mengakses data dan informasi oleh masyarakat luas;
- Peningkatan kualitas pelayanan informasi baik internal dan eksternal bidang pariwisata dan ekonomi kreatif;
- Menumbuhkembangkan citra positif Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif secara efektif dan efisien;
- Terciptanya transparansi informasi program dan kegiatan kementerian

Survey Kepuasan Masyarakat atas layanan Informasi publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terdiri dari 9 (sembilan) indikator pertanyaan yang meliputi kepuasan pelayanan informasi publik

yang diberikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif antara lain :

1. Bagaimana penilaian Sobat Parekraf tentang kesesuaian persyaratan pelayanan yang harus dipenuhi dengan persyaratan pelayanan yang diinformasikan ?
2. Bagaimana penilaian Sobat Parekraf mengenai kemudahan prosedur yang dijalani untuk mendapatkan layanan
3. Bagaimana penilaian Sobat Parekraf mengenai kesesuaian biaya pelayanan yang dibayarkan dengan yang diinformasikan
4. Bagaimana penilaian Sobat Parekraf mengenai kesesuaian jangka waktu penyelesaian pelayanan dengan yang diinformasikan
5. Bagaimana pendapat Sobat Parekraf tentang kesesuaian produk pelayanan antara yang ada pada publikasi dengan pelayanan yang diberikan
6. Bagaimana kecepatan respon dari aplikasi sistem pelayanan yang diberikan
7. Bagaimana kemudahan dalam penggunaan fitur pada aplikasi sistem layanan
8. Bagaimana penilaian Sobat Parekraf tentang kualitas isi/konten dari aplikasi sistem layanan
9. Bagaimana penilaian Bapak/Ibu mengenai layanan konsultasi dan pengaduan yang tersedia (sarana pengaduan/kemudahan mengadu/tindak lanjut)

Hasil survey dapat dilihat di <https://ppid.kemenparekraf.go.id/kategori/laporan-bulanan-survey-pelayanan-informasi-dan-pengaduan>

5) Pemanfaatan Teknologi Informasi

Pemanfaatan teknologi informasi dalam pelayanan publik terutama pelayanan informasi menjadi suatu kebutuhan yang mendasar. Kemudahan dalam mengakses informasi maupun melakukan permohonan informasi bagi masyarakat umum maupun pemangku kepentingan pariwisata dan ekonomi kreatif menjadi program bagi penyedia informasi. Berikut merupakan berbagai pemanfaatan teknologi yang sudah digunakan di Biro Komunikasi sebelum tahun 2022, yaitu :

1. Website www.kemenparekraf.go.id
2. Microsite PPID www.ppid.kemenparekraf.go.id
3. Aplikasi Mobile PPID berbasis iOS dan Android
4. Chatbot TiWi
5. Peta Geospasial Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Rawan Bencana <https://wisatatanggung.kemenparekraf.go.id>
6. Bank Data bankdata.kemenparekraf.go.id

7. Bank Foto wonderfulimages.kememparekraf.go.id
8. Email info@kememparekraf.go.id
9. Digital Banner/Digital Poster
10. Pesona E-Magazine
11. Videotron

Biro Komunikasi pada tahun 2022 mengeluarkan inovasi yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi, yaitu :

1. Menu Rumah Difabel dan Fitur Difabel untuk Microsite dan Aplikasi Mobile PPID :
Sistem Manajemen PPID Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif dapat diakses oleh teman-teman disabilitas mulai Mei 2022.
Inovasi dalam fitur difabel seperti voice command untuk request permintaan/memainkan kontras gambar/mengeluarkan suara saat berada disuatu menu/ dibuat seperti website utama kememparekraf/screen reader. Pemohon informasi juga dapat mengaktifkan fitur suara dalam kolom syarat permohonan PPID yang ada di microsite.



2. Pemantauan dan Evaluasi Kinerja Penyelenggaraan Pelayanan Publik Tahun 2022

Biro Komunikasi Kememparekraf/Baparekraf pada tahun 2022 dipilih menjadi lokus dalam Pemantauan dan Evaluasi Kinerja Penyelenggaraan Pelayanan Publik tahun 2022 di lingkungan Kementerian, Lembaga, dan Pemerintah Daerah. Biro Komunikasi mengikuti 2 tahap penilaian, yaitu Kuesioner yang terdiri dari 7 indikator, yaitu kebijakan pelayanan, profesionalisme SDM, sarana prasarana, sistem informasi pelayanan publik, konsultasi dan pengaduan, inovasi pelayanan publik, dan pertanyaan tambahan.

Biro Komunikasi juga dinilai dengan Kementerian PANRB melakukan visitasi atau meninjau langsung penyelenggaraan pelayanan publik di lingkungan Biro Komunikasi Kemenparekraf/Baparekraf. Hasilnya, berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 1035 Tahun 2022, Biro Komunikasi Kemenparekraf/Baparekraf mendapatkan indeks 4,54 dan termasuk ke dalam kategori “A” atau Pelayanan Prima.



Indikator keberhasilan sasaran, berikut target dan realisasinya dapat di lihat pada tabel berikut ini :

No	Indikator	Target	Realisasi	% Capaian
		2022	2022	
2.	Indeks Tingkat Kepatuhan Terhadap Standar Pelayanan	81%	94,00	116%

Penilaian Tingkat Kepatuhan terhadap Standar pelayanan publik dengan mengadakan survei eksternal mengenai tingkat kepuasan kepada pemohon informasi publik melalui berbagai platform pelayanan publik lainnya yang dimiliki oleh Biro Komunikasi Kemenparekraf/Baparekraf.

Publik diarahkan untuk melakukan permohonan informasi sesuai standar pelayanan publik sesuai nomenklatur Kemenparekraf/Baparekraf dengan Peraturan Menparekraf/Kabaparekraf Nomor 18 Tahun 2020 tentang Standar Pelayanan Publik di lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf. Dalam membuat

standar pelayanan publik ini, sebelumnya dilakukan kelayakan publik yang mengundang 30 orang undangan dari pentahelix, yaitu akademisi, bisnis, pemerintahan, komunitas, dan media.

3. Koordinasi Antar Mitra Kerja Pemerintah

Pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif mempunyai peran sebagai penggerak utama dalam pembangunan nasional dengan melestarikan sumber daya alam yang beranekaragam, meningkatkan penerapan nilai-nilai budaya serta mendukung terpeliharanya keutuhan nasional dan hubungan antar bangsa, memerlukan kemitraan dengan berbagai instansi. Keterkaitan lingkup kerja yang luas menuntut adanya upaya peningkatan komunikasi dan kerja sama, baik dengan mitra kerja internal maupun eksternal kementerian/lembaga. Melalui kerja sama ini diharapkan tercipta sinergisitas sehingga proses kerja menjadi lebih efektif dan memperoleh hasil maksimal karena arus informasi yang cepat dan memadai.

Dalam rangka memberdayakan mitra kerja agar berperan serta dalam pengembangan dan pembangunan bidang pariwisata dan ekonomi kreatif, diperlukan informasi yang proposional, obyektif, akurat, dan aktual. Sesuai dengan tugas dan fungsi Biro Komunikasi sebagai penghubung antara mitra kerja internal dan eksternal agar diperoleh mekanisme dan prosedur kerja yang efisien dan efektif.

Adapun maksud dan tujuan diselenggarakan peningkatan hubungan kerjasama dengan mitra kerja tersebut adalah:

- a) Meningkatkan hubungan kerjasama dengan mitra kerja, baik internal dan eksternal dalam rangka terciptanya komunikasi timbal balik yang selaras;
- b) Meningkatkan kualitas dan kontinuitas kerjasama dengan mitra kerja agar dapat menghubungkan kelangsungan kemitraan ke arah penyempurnaan.
- c) Terciptanya rencana kerja yang terstruktur dan terarah.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) bermitra dengan kementerian/lembaga antara lain adalah Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR-RI), Komisi X DPR-RI sebagai mitra kerja dalam rangka rapat kerja (Raker) dan Kunjungan Kerja (Kunker). Kemenparekraf/Baparekraf telah melakukan Rapat Kerja Komisi X DPR-RI sejak bulan Januari s.d Juni 2022, selain itu melakukan

pendampingan kunjungan kerja Komisi X DPR-RI sejak bulan Februari s.d Desember 2022 ke daerah, yaitu:

a. Rapat Kerja Komisi X DPR RI dengan Menparekraf tahun 2022:



b. Kunjungan Kerja Komisi X DPR RI, Reses Masa Persidangan III tahun sidang 2021-2022 tanggal 21 s.d 25 Feb. 2022 :

Masa Reses, Komisi X DPR RI mengadakan Kunjungan Kerja ke Provinsi Sulawesi Utara yang dipimpin oleh Ibu Agustina Wilujeng Pramestuti pada Selasa, 22 Februari 2022.

Pejabat Pendamping dari Kemenparekraf/ Baparekraf yaitu:

- 1) Bapak Ari Juliano Gema selaku Staf Ahli Menteri Bidang Reformasi Birokrasi dan Regulasi.
- 2) Bapak Faisal, selaku Kepala Pusat Pengembangan SDM Parekraf.

Kunjungan kerja ke Provinsi Sulawesi Utara diterima oleh Gubernur Sulawesi Utara dan di dampingi oleh Forkopimda Sulawesi Utara serta Ketua PHRI dan Ketua Asita Sulawesi Utara.

Dalam pertemuan tersebut, Ketua Rombongan menyampaikan beberapa hal yang berkaitan dengan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, diantaranya:

- Pandemi COVID-19 yang terdeteksi sejak Maret 2020, terus menyebar ke hampir seluruh provinsi di Indonesia. Sebagaimana data Satgas COVID-19, per-pertengahan Februari 2022 ini, total kasus COVID-19 nasional sudah menembus 4,9 Juta orang, 4,4 Juta sembuh, dan 5,8 ribu meninggal

dunia. Dampak Pandemi COVID-19 melanda hampir di seluruh sendi kehidupan, seperti kesehatan, ekonomi, pariwisata, pendidikan, dan lain-lain. Semua aktivitas masyarakat harus menyesuaikan protokol kesehatan COVID-19.

- Di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif, meskipun pandemi COVID-19 turut melumpuhkan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, tapi masih tetap optimis mengingat Sulawesi Utara memiliki Destinasi Prioritas Likupang yang akan dikembangkan menjadi destinasi wisata internasional. Oleh karena itu, perlu optimisme mengingat pengembangan Likupang wajib memperhatikan masyarakat wisata dan industri kreatif di area sekitarnya. Masyarakat sekitar Likupang harus dilibatkan dalam pembangunan destinasi prioritas ini.
- Pembangunan Poltekpar Manado menjadi sangat penting untuk mendukung pengembangan pariwisata. Pembangunan sarana pariwisata wajib dibarengi dengan pengembangan SDM pariwisata. Diharapkan Pembangunan Poltekpar Manado, dapat tepat sasaran, tepat manfaat dan tepat waktu. Oleh karena itu persiapan pembangunannya perlu dikawal bersama.



- Meskipun pandemi masih berlangsung, pariwisata dan ekonomi kreatif Sulawesi Utara akan tetap bisa berkembang jika bersinergi dengan bidang lainnya. Tahun depan, Manado akan menjadi tuan rumah World Beach Games, yaitu acara multievent olahraga internasional yang diselenggarakan oleh Asosiasi Komite Olimpiade Nasional (ANOC) yang diadakan setiap dua tahun sekali. Tangung jawab Sulawesi Utara sangat besar dalam penyelenggaraan World Beach Games 2023, bukan hanya demi peningkatan kepariwisataan dan ekonomi kreatif warga, namun juga pertarungan atas nama Indonesia di kancah internasional. Keberhasilan terhadap pengendalian pandemi di ajang internasional akan menjadi sorotan dunia.

c. Kunjungan Kerja Reses Komisi X DPR-RI ke Provinsi Aceh pada Jumat, 16 Desember 2022.

Agenda kunjungan kerja dilanjutkan dengan dialog yang dilakukan bersamadengan Pemerintah Provinsi Aceh dan stakeholder terkait yang ada di provinsi tersebut.

Pejabat Pendamping dari Kemenparekraf/ Baparekraf yaitu:

- 1) Bapak Wawan Rusiawan, Kepala Biro Sumber Daya Manusia dan Organisasi.
- 2) Ibu Riwud Mujirahayu, Sekretaris Deputi Bidang Ekonomi Digital dan Produk Kreatif.

Pertemuan dilaksanakan di Kantor Gubernur Aceh yang dihadiri oleh:

Staf Ahli Gubernur Aceh Bidang Pemerintahan, Hukum, dan Politik; Kapolda Aceh; Dandim Aceh; Kepala Kejaksaan Negeri Aceh; Kabinda Aceh; Pimpinan Lembaga Kebudayaan atau Pemangku Adat Provinsi Aceh; Rektor Universitas Syiah Kuala; Rektor UIN Ar Raniry; Pimpinan PTS di Aceh; Perwakilan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh; Perwakilan Badan Promosi Pariwisata Daerah Aceh; dll.

Dalam kunjungan kerja ini terkait sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, yakni:

- Staf Ahli Gubernur Aceh Bidang Pemerintahan, Hukum, dan Politik
Berharap kunjungan Komisi X DPR RI dapat membawa manfaat bagi Pemprov Aceh. Apalagi saat ini pada tahun 2024 Pemprov Aceh melaksanakan perhelatan nasional, yakni Pekan Olahraga Nasional (PON).

Selain itu, tahun tersebut juga merupakan tahun politik sehingga akan menjaga keamanan dan berkoordinasi dan berkomunikasi dengan Forkopimda untuk menjaga supaya aktivitas di Aceh dapat berjalan lancar.

- Ketua Rombongan Komisi X DPR RI, Kunker dilaksanakan untuk menggali dan menyerap aspirasi dari pemda serta masyarakat Aceh, serta melakukan pengawasan implementasi kebijakan Pemerintah. Adapun tujuannya adalah untuk mendapatkan masukan berupa data-data faktual dan permasalahan atas implementasi kebijakan-kebijakan terkait bidang Komisi X, yang hasilnya akan menjadi bahan rujukan dalam pengambilan keputusan pada rapat-rapat Komisi X dengan pemerintah.
- Komisi X DPR RI saat ini sedang melakukan revisi terhadap UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Terhadap rencana revisi UU ini, kami mengharapkan pandangan dan masukan dari para pemangku kepentingan dari pemda dan masyarakat Aceh.

Kegiatan kunjungan kerja ini merupakan bagian dari fungsi pengawasan, selain rapat-rapat pengawasan dalam masa sidang. Beberapa isu krusial yang saat ini intensif dilakukan pengawasan oleh Komisi X DPR-RI, yaitu:

- Pemulihan pariwisata dan ekonomi kreatif, dimana saat pandemi covid-19, dua sektor ini sangat terpuruk, namun ditengah mulai melandainya penyebaran Covid-19, Komisi X ingin melihat secara langsung dan mendapat informasi dari pemda dalam melakukan langkah-langkah pemulihan secara fundamental dan strategis, mengingat Aceh merupakan daerah yang banyak memiliki pelaku ekraf dan destinasi wisata, khususnya wisata alam dan wisata religi/wisata sejarah.
- Persiapan pelaksanaan PON yang akan di laksanakan di Provinsi Aceh dan Sumatera Utara pada tahun 2024.
- Dari beberapa isu krusial tersebut, Komisi X DPR RI ingin mendapatkan pandangan dan tanggapan serta masukan, agar dimasa sidang nanti Komisi X mendapatkan data untuk melakukan perbaikan kebijakan bersama pemerintah melalui rapat-rapat dengan mitra kerja.
- Disbudpar Aceh telah melakukan registrasi di seluruh Aceh dan tata cara pengelolaan cagar budaya. Program yang dilakukan meliputi pengelolaan dan pemanfaatan tingkat provinsi dan kab/kota.

- Permasalahan yang sering muncul dalam pemajuan kebudayaan adalah partisipasi masyarakat yang belum maksimal dalam melestarikan kebudayaan dan pendanaan yang kurang memadai.
- Pemprov Aceh telah melakukan berbagai kegiatan kebudayaan setelah pandemi melandai. Pemprov Aceh sejauh ini terus melibatkan masyarakat untuk menumbuh kembangkan perekonomian masyarakat kecil. Selain itu juga membenahi cagar budaya dan kebudayaan Aceh dengan melibatkan.
- Sampai saat ini proses inventarisasi, pengamanan, pemeliharaan, dan penyelamatan kebudayaan terus digiatkan melalui proses pencatatan dan pendokumentasian.
- Pada tahun 2022 sudah banyak dukungan dari Pemprov Aceh untuk pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif. Sektor pariwisata memiliki beberapa target, yakni jumlah wisatawan dan kontribusi PDRB. Kinerja sektor pariwisata saat pandemi sempat menurun drastis, namun saat ini seiring dengan pandemi yang melandai sehingga kondisi semakin membaik, yang terlihat dari angka kunjungan wisatawan di Aceh yang meningkat.
- Terkait 3A (Amenitas, Atraksi dan Aksesibilitas), di tahun ini Pemprov menggelar lebih dari 100 event untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.
- Sektor ekraf merupakan pendukung sektor pariwisata, sehingga Pemprov melakukan beberapa pelatihan untuk pengembangan ekraf.
- Pemprov berharap ada dukungan anggaran untuk pengembangan pariwisata Aceh.
- BPPD Aceh dibentuk pada Oktober 2021 berdasarkan Perbub 35/2021. Pada 30 November - 1 Desember 2022 telah dilakukan rapat koordinasi pariwisata Aceh yang dilaksanakan di Sabang. Terdapat paradigma baru pembangunan pariwisata nasional, yakni dari quantity tourism menjadi quality tourism. Pariwisata yang berkualitas lebih menekankan lama tinggal dan juga uang yang dibelanjakan oleh wisatawan.
- BPPD Aceh telah berkoordinasi dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata provinsi serta kab/kota untuk mengidentifikasi seluruh destinasi pariwisata. Namun pelaksanaan ini terkendala nomenklatur yang berbeda di masing-masing wilayah. Dinas Pariwisata yang digabung dengan urusan lainnya sehingga membuat anggaran yang dialokasikan

oleh pemda untuk sektor pariwisata terbatas. Oleh karena itu, meminta bantuan kepada Komisi X DPR RI supaya ketika ada agenda nasional, kab/kota yang ada di Aceh dapat dilibatkan.

- Saat ini Aceh telah berbenah di sektor parekraf. Penerbangan Aceh-Malaysia telah dibuka, yakni mulai 30 Oktober 2022 oleh Air Asia. Rute ini diminati sehingga ada penambahan jumlah penerbangan, dari sebelumnya dua kali sepekan akan menjadi tiga kali sepekan. Selain itu, Batik Air juga telah berkomitmen untuk membuka penerbangan Aceh-Penang, Malaysia setiap hari.
- BPPD telah menyiapkan Tourism Information Center (TIC) di kedatangan domestik dan internasional.



Tanggapan Bapak Abdul Fikri Faqih

- Aceh memiliki potensi budaya yang baik dan perlu mendapat dukungan pengembangan, seperti siswa SMPN 6 Banda Aceh yang mampu menampilkan Tarian Ratoh Jaroe dengan baik sehingga dapat didukung dan difasilitasi untuk tampil.
- Terkait dengan dinas pariwisata yang bergabung dengan urusan lain juga terjadi di daerah lain karena parekraf merupakan urusan pilihan, bukan urusan wajib. Panja Komisi X DPR RI telah memberi masukan supaya Kemenparekraf berdiskusi dengan Kemendagri supaya pariwisata masuk kategori urusan wajib. Selain itu juga diharapkan Kemenparekraf dapat meningkatkan kategori kementerian dari klaster 3 menjadi klaster 2.

Perubahan ini akan mempengaruhi jumlah anggaran yang dialokasikan oleh pemerintah. Apalagi sejak 2020, anggaran Kemenparekraf terus turun, dan pada 2023 anggarannya menjadi Rp3,3 triliun.

Tanggapan Bapak Muhammad Kadafi

- PON harus dipersiapkan dengan matang sehingga tamu merasa nyaman dan memiliki perspektif positif yang akhirnya berdampak pada pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.
- Memberi masukan supaya Aceh membuka jaringan kerja sama antar daerah untuk meningkatkan daya tarik wisata.

Tanggapan Bapak Nuroji

- Mengingatkan bahwa Tarian Saman dari Aceh telah ditetapkan sebagai warisan budaya tak benda dunia oleh UNESCO sejak 2011. Tarian ini harus dilestarikan karena jika tidak, predikat tersebut dapat dicabut. Ditetapkannya sebagai warisan tak benda dunia seharusnya dapat dimanfaatkan untuk semakin mengenalkan Tarian Saman di event nasional maupun internasional.
- Aceh memiliki potensi pariwisata yang luar biasa, diantaranya wisata alam, wisata religi dengan adanya Masjid Raya Baiturrahman yang memiliki story telling baik karena mampu bertahap saat ada tsunami pada 2004. Selain itu, kopi Aceh juga dapat terus dipromosikan sebagai salah satu produk unggulan ekraf. Namun potensi parekraf tersebut dinilai belum dikembangkan secara maksimal.

4. Pemantauan Dan Pencegahan Krisis Parekraf

a. Penyusunan Analisis dan Rekomendasi Komunikasi Krisis Parekraf

Pada kegiatan Pemantauan dan Pencegahan Krisis Parekraf tahun anggaran 2022 telah dilaksanakan Penyusunan Analisis dan Rekomendasi Komunikasi Krisis Parekraf yang dilakukan dan dilaporkan dalam bentuk laporan harian, mingguan dan bulanan. Adapun maksud dan tujuan dari kegiatan ini adalah:

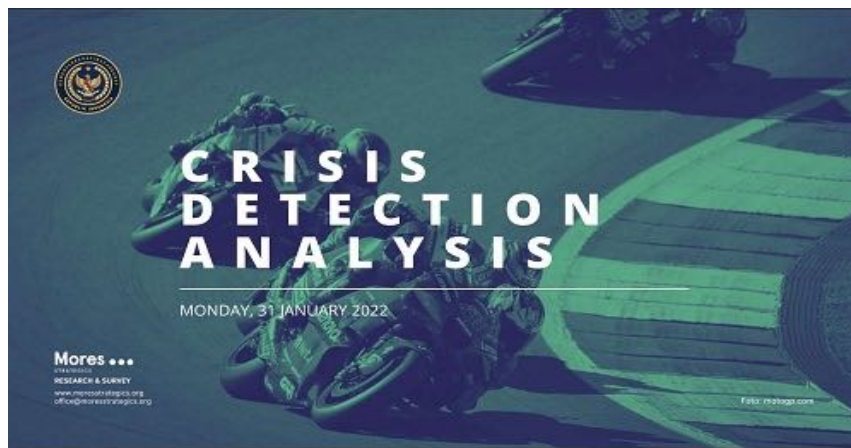
1. Memantau isu, kejadian, dan bencana yang berpotensi menjadi krisis parekraf yang terjadi di Indonesia, ASEAN, dan negara target utama pasar parekraf Indonesia;
2. Menganalisis dampak isu, kejadian, dan bencana terhadap citra, destinasi, dan SDM pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia, serta instansi

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif;

3. Memberikan rekomendasi komunikasi krisis bagi Kemenparekraf dalam merespons berbagai isu yang terjadi.

Dalam kurun waktu 1 tahun di tahun 2022 telah dilakukan pelaporan pemantauan dimaksud *atau Crisis Detection Analysis (CDA)* dengan rincian sebagai berikut:

1. Laporan Harian, dengan kerangka laporan terdiri dari berbagai pemberitaan dari media konvensional dan sosial yang berpotensi menimbulkan krisis, kemudian dilakukan analisis dan rekomendasi untuk dapat ditindaklanjuti di level pimpinan sebanyak 355 laporan.



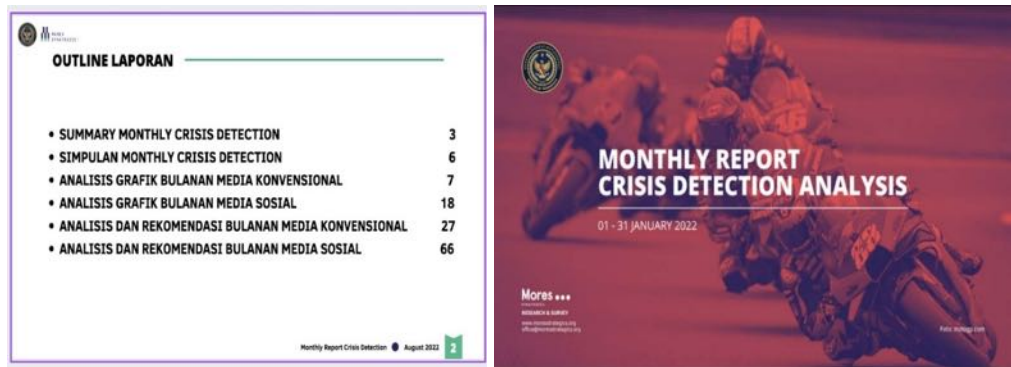
2. Laporan Mingguan sebanyak 52 laporan dengan kerangka laporan sesuai pada outline berikut :

OUTLINE LAPORAN	
• SUMMARY WEEKLY CRISIS DETECTION	3
• SIMPULAN WEEKLY CRISIS DETECTION	6
• ANALISIS GRAFIK MINGGUAN MEDIA KONVENSIONAL	7
• ANALISIS DAN REKOMENDASI MINGGUAN MEDIA KONVENSIONAL	18
• ANALISIS GRAFIK MINGGUAN MEDIA SOSIAL	46
• ANALISIS DAN REKOMENDASI MINGGUAN MEDIA SOSIAL	55

Weekly Crisis Detection • 3 - 9 September 2022



3. Laporan Bulanan sebanyak 12 laporan dengan kerangka laporan sesuai pada outline berikut



5. Evaluasi Dan Dokumentasi Komunikasi Krisis Parekraf

Dokumentasi Komunikasi Krisis Parekraf dilakukan melalui pemantauan publikasi informasi parekraf oleh ABGC (*Academician, Business, Government, Community*) yang bergerak di bidang parekraf maupun mendukung sektor parekraf, baik di level regional, nasional, internasional. Hal ini dilakukan untuk mengetahui perkembangan penanganan krisis, saat ini terutama pada masa pemulihan pasca COVID-19. Informasi tersebut dikumpulkan sebagai bahan publikasi Kemenparekraf, serta sebagai salah satu bank data informasi publik. Pemantauan informasi resmi juga dilakukan ketika terjadi isu/bencana yang berpotensi langsung atau tidak langsung terhadap ekosistem kepariwisataan. Sejak Januari hingga Desember 2022, hasil pemantauan dimaksud dilaporkan di WAG Biro Komunikasi untuk dimanfaatkan oleh para anggotanya, dan kumpulan laporan hariannya selama 1 tahun sebanyak 365 diunggah di Google Drive <https://bit.ly/3QAKeZG> yang dapat diakses oleh siapa pun yang ingin mendapatkan informasi terkait.



Pada tahun 2022, Biro Komunikasi mendapatkan penghargaan pada acara Appreciation Day Program Matching Fund 2022 dalam Mitigasi dan Penanganan Krisis Kepariwisata di Gedung Makara Universitas Indonesia pada 11 Januari 2023.



3. Pembuatan Materi Grafis Pedoman Dan Pelayanan Publik

Pembuatan Materi Grafis Pedoman dan Pelayanan Publik dilakukan untuk mendukung jalannya pelayanan publik dan penyebaran informasi ke masyarakat. Seluruh konten yang dibuat, dikemas dalam bentuk grafis yang menarik, dinamis, dan informatif. Konten terdiri dari infografis dan videografis yang berjumlah 367 desain.

Konten Materi Grafis Pedoman Pelayanan Publik diharapkan dapat berkembang seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi sehingga terbentuk inovasi dalam pengemasan materi pedoman dan pelayanan publik Kemenparekraf/Baparekraf agar dapat memberikan pelayanan prima. Kemudian semua konten pedoman dan layanan publiknya dapat lebih mudah dimengerti oleh masyarakat, karena di era digitalisasi seperti saat ini masyarakat lebih tertarik untuk melihat gambar infografis, videografis, atau video dalam menjabarkan sebuah himbauan, iklan layanan masyarakat, pedoman/SOP, pelayanan informasi, dan lain-lain daripada membaca dokumen dengan narasi yang panjang dan sulit untuk dimengerti dalam waktu singkat.

Konten Materi Grafis Pedoman Pelayanan Publik juga ditayangkan di media tayang strategis seperti media sosial, poster digital, video, *website*, *digital banner*, *microsite*, aplikasi, videotron, *giant* LED, media cetak, dan media elektronik sehingga mempermudah masyarakat luas untuk melihatnya.



2. Terwujudnya citra positif Kemenparekraf di media cetak dan elektronik nasional dan internasional

Pada tahun 2022 indikator kinerja Biro Komunikasi, sasaran "Terwujudnya citra positif Kemenparekraf di media cetak dan elektronik nasional dan internasional", dengan indikator kinerja Rasio Berita Positif Terkait Kemenparekraf Terhadap Total Berita Terkait Kemenparekraf Yang Dipublikasikan Pada Media Cetak Dan Elektronik dan Online di Nasional dan Internasional yang ditandai oleh Nilai peningkatan kualitas layanan publik.

Untuk mendukung indikator kinerja di atas, Biro Komunikasi melakukan kolaborasi dengan media melalui:

- a) pengelolaan hubungan media sebagai mitra kerja pemerintah dalam mengamplifikasi program dan kebijakan kementerian kepada publik;
- b) koordinasi dengan media (jurnalis) dalam rangka peliputan kegiatan pimpinan kemenparekraf

Indikator keberhasilan sasaran, berikut target dan realisasinya dapat di lihat pada tabel berikut ini :

No	Indikator	Target	Realisasi	% Capaian
		2022	2022	
3.	Rasio Berita Positif Terkait Kemenparekraf Terhadap Total Berita Terkait Kemenparekraf Yang Dipublikasikan Pada Media Cetak Dan Elektronik dan Online di Nasional dan Internasional	83 %	86,27	103,93%

Citra Indonesia di dalam dan luar negeri semakin meningkat terhadap kepercayaan dunia kepada Indonesia dengan diselenggarakannya event-event internasional. Kondisi ini tercipta berkat kinerja dan upaya yang dilakukan secara terpadu dan berkesinambungan serta kerjasama dengan seluruh pemangku kepentingan, mengingat bidang pariwisata dan ekonomi kreatif bersifat lintas sektor dan *multiflier effect*.

Kolaborasi dengan unsur pentahelik antara lain media adalah salah satu kekuatan yang sangat memberikan dampak yang signifikan terkait publikasi pemberitaan terhadap kebijakan dan program kementerian atas keberhasilan yang telah dilakukan oleh Kemenparekraf. Berdasarkan hasil analisis berita kemenparekraf/baparekraf yang dipublikasikan di media cetak, online elektronik di media nasional dan internasional sebagai berikut :

- a) Identifikasi total berita positif terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media online nasional sebanyak 47.497 berita;
- b) Identifikasi total berita positif terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media cetak nasional sebanyak 3.819 berita;
- c) Identifikasi total berita positif terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media elektronik nasional sebanyak 1.811 berita;
- d) Identifikasi total berita positif terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media online internasional sebanyak 1.142 berita;
- e) Identifikasi total berita positif terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media cetak internasional sebanyak 1 berita;
- f) Identifikasi total berita positif terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media elektronik internasional sebanyak 27 berita;
- g) Identifikasi total berita terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media online nasional sebanyak 51.412 berita;
- h) Identifikasi total berita terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media cetak nasional sebanyak 7.724 berita;

- i) Identifikasi total berita terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media elektronik nasional sebanyak 2.135 berita;
- j) Identifikasi total berita terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media online internasional sebanyak 1.625 berita;
- k) Identifikasi total berita terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media cetak internasional sebanyak 1 berita;
- l) Identifikasi total berita terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media elektronik internasional sebanyak 29 berita.

Formula menghitung dengan rumus :

$$\begin{aligned}
 &= \frac{(a + b + c) + (d + e + f)}{(g + h + i) + (j + k + l)} \times 100\% \\
 &= \frac{(47.497 + 3.819 + 1.811) + (1.142 + 1 + 27)}{(51.412 + 7.724 + 2.135) + (1.625 + 1 + 29)} \times 100\% \\
 &= \frac{53.127 + 1.170}{61.271 + 1.655} \\
 &= \frac{54.287}{62.926} \times 100\% \\
 &= 86,27\%
 \end{aligned}$$

Untuk capaian kinerja adalah :

$$\begin{aligned}
 &= \frac{86,27}{83} \times 100\% \\
 &= 103,93\%
 \end{aligned}$$

Dari Indikator “Rasio Berita Positif Terkait Kemenparekraf Terhadap Total Berita Terkait Kemenparekraf Yang Dipublikasikan Pada Media Cetak Dan Elektronik dan Online di Nasional dan Internasional” dapat dicapai dengan pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

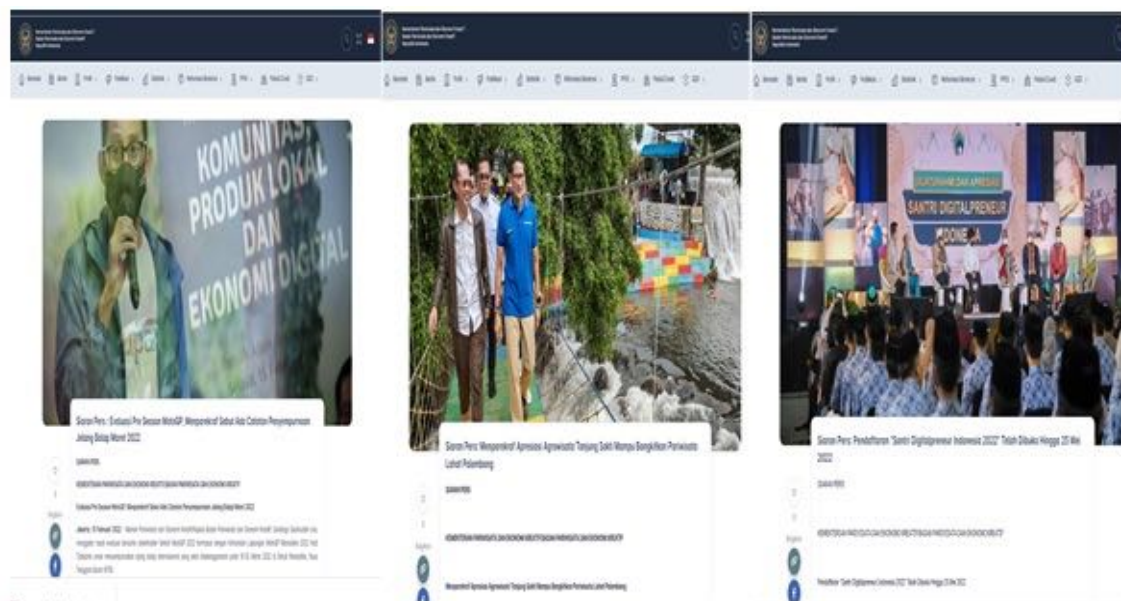
1. Penyiapan publikasi narasi dalam siaran pers

Penyiapan Bahan Publikasi Narasi dengan menyediakan narasi yang mendukung konten positif tentang Kemenparekraf/Baparekraf pada media cetak dan elektronik nasional dan internasional. Kegiatan Penyiapan Bahan Publikasi Narasi dalam bentuk siaran pers merupakan bahan publikasi dan informasi mengenai berbagai event, kunjungan kerja

Menteri, Wakil Menteri dan pimpinan lainnya serta kebijakan pemerintah di bidang parekraf. Biro Komunikasi mempunyai peran penting dalam penyampaian informasi dan publikasi kebijakan dan program Kemenparekraf kepada masyarakat dalam rangka penyebarluasan informasi atas kebijakan dan program kementerian yang telah dilakukan serta capaian kinerja kementerian.

Penyiapan Bahan Publikasi Narasi dengan menyediakan narasi yang mendukung konten positif tentang Kemenparekraf/Baparekraf pada media online, cetak dan elektronik nasional dan internasional. Narasi yang disusun berupa siaran pers berbahasa Indonesia berjumlah 2.512 siaran pers dan siaran pers berbahasa Inggris berjumlah 689 siaran pers serta edisi ragam pesona berjumlah 1 (satu) edisi dan e-magazine berjumlah 1 (satu) edisi.

a) Penyiapan publikasi narasi dalam siaran pers :



b) Pembuatan e-magazine



c) Pembuatan majalah ragam pesona



Kemendikbud meraihi penghargaan dalam ajang Public Relation Indonesia Awards 2022 berupa Gold Winner Sektor Kementerian Kategori Owned Media Sub Kategori E-Magazine :



2. Peningkatan PR-ing Kinerja Kemendikbud



Citra Indonesia di mata dunia internasional dan di masyarakat Indonesia semakin baik. Kondisi ini tercipta berkat kinerja dan upaya yang dilakukan secara terpadu dan berkesinambungan serta kerjasama dengan seluruh pemangku kepentingan, mengingat bidang kepariwisataan bersifat lintas sektor dan multiplier effect, sehingga diperlukan penyatuan sikap-pandangan seluruh unsur masyarakat menjadikan bidang kepariwisataan dan ekonomi kreatif sebagai sektor strategis.

Sesuai tugas dan fungsinya, Biro Komunikasi sebagai corong Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif merupakan penghubung antara pemerintah, swasta, media massa dan masyarakat, sehingga seluruh program dan kegiatan yang melibatkan partisipasi aktif Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif perlu diinformasikan kepada masyarakat serta pemangku kepentingan pariwisata dan ekonomi kreatif.

Publikasi kebijakan dan program kementerian dilaksanakan melalui kegiatan **Peningkatan PR-ing Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif**. Kegiatan ini menjadi sarana kolaborasi dan kemitraan antara Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan berbagai pihak maupun pemangku kepentingan dalam rangka terwujudnya pembangunan kepariwisataan dan ekonomi kreatif yang merata dan berkesinambungan. Pada tahun 2022, Kegiatan PR-ing Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melaksanakan kolaborasi dengan media konvensional berupa

media online, dan media elektronik/televisi melalui pemuatan artikel dan video berita. Selain itu, melakukan kerjasama dengan Forum Wartawan Daerah (forwarda) dan Forum Wartawan Pariwisata dan ekonomi kreatif.

Kememparekraf melakukan publikasi kebijakan dan program yang dilakukan di media online melalui pemuatan artikel yaitu di media detik.com sebagai berikut :



Dan juga melakukan kegiatan sosialisasi pendaftaran masuk perguruan tinggi politeknik pariwisata yang ditayangkan di media elektronik yaitu CNN TV dan RCTI, sebagai berikut:

a) Penayangan di media CNN TV



b) Penayangan di media RCTI



Selain itu, Biro Komunikasi mengamplifikasi program dan kebijakan Kemenparekraf dalam kegiatan side event G20 dan KTT G20 tahun 2022 yang ditayangkan di media elektronik, sebagai berikut:

a) Kegiatan World Tourism Day sebagai side event G20 di TVONE

Indonesia menjadi tempat yang sempurna untuk merayakan Hari Pariwisata Dunia atau World Tourism Day yang berlangsung di Bali, 27 September 2022. Bali adalah tuan rumah yang sempurna untuk acara World Tourism Day. Bukan hanya karena keindahannya yang memancarkan harapan. Namun karena Bali juga berada di garda terdepan dalam transformasi pariwisata di Indonesia.

pemerintah Indonesia baik di tingkat nasional maupun lokal memang berperan penting dalam mendukung transformasi pariwisata di Bali pascapandemi. Salah satu contoh nyata yang dijelaskan Menparekraf adalah ketika polusi plastik sekitar satu dekade lalu menjadi isu yang sangat serius di Bali. Pada saat itu, ada dua gadis bersaudara dari Bali, bernama Isabel dan Melati Wijzen yang masing-masing baru berusia 12 dan 10 tahun. Alih-alih hanya mengabaikan masalah polusi plastik dan mengharapkan orang dewasa untuk menyelesaikannya, mereka justru berusaha mengatasinya sendiri.

Kedua remaja ini membangun sebuah organisasi, melakukan petisi yang mengumpulkan 100 ribu tanda tangan dan akhirnya mengumpulkan cukup banyak dukungan publik. Dan hal ini menjadi momentum bagi pemerintah daerah untuk akhirnya melarang kantong plastik sekali pakai.

Indonesia merasa terhormat jadi tuan rumah perayaan World Tourism Day ke-42 ini. Terima kasih memilih Indonesia sebagai tempat acara sekaligus menandakan kebangkitan pariwisata Indonesia. Selamat Hari Pariwisata Dunia tahun 2022. Selamat menikmati keindahan Bali dan pesona Indonesia. Sekretaris Jendral UNWTO Zurab Pololikashvili mengaku senang dapat merayakan World Tourism Day di Bali, tempat yang di sangat indah.

Apresiasi setinggi-tingginya juga disampaikan oleh Sekjen UNWTO atas keberhasilan Indonesia dalam mengorganisir perhelatan WTD. Dimana untuk pertama kalinya 75 persen Menteri Pariwisata di seluruh dunia hadir. Menurutnya ini merupakan suatu prestasi yang sangat baik dan Bali menjadi magnet bagi para delegasi untuk turut merayakan WTD 2022. Perayaan WTD 2022 diikuti oleh 328 peserta secara offline dan 422 peserta secara online. Meliputi perwakilan negara anggota UNWTO, Menteri Pariwisata G20, negara tamu, organisasi internasional, stakeholders pariwisata nasional dan internasional. WTD ini juga menghadirkan panel diskusi multi-stakeholder dengan tema *“Rethinking Tourism as a Key Element on Recovery”* dan juga diskusi dengan tema *“The Tourism We Want”* yang akan dipimpin oleh perwakilan dari sektor pariwisata di Bali.

Acara Press Conference of WTD 2022, Menparekraf Sandiaga berkesempatan untuk menyerahkan Sertifikat Destinasi Pariwisata Berkelanjutan, Piagam Penghargaan serta Maklumat Pariwisata Berkelanjutan yang memuat Pernyataan Pengelola Destinasi untuk menerapkan prinsip-prinsip berkelanjutan secara kontinu.

Ketiga penghargaan ini diberikan secara simbolis oleh Menparekraf kepada Direktur Utama ITDC, Ari Respati dan General Manager PT. Bintang Resort Cakrawala, Abdul Wahab.





b) Kegiatan G20 Tourism Ministerial Meeting (TMM) 2022

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengundang negara-negara anggota G20 serta negara tamu di "G20 Tourism Ministerial Meeting (TMM) 2022" untuk berinvestasi di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif tanah air khususnya di 5 destinasi super prioritas dan 8 KEK Pariwisata.

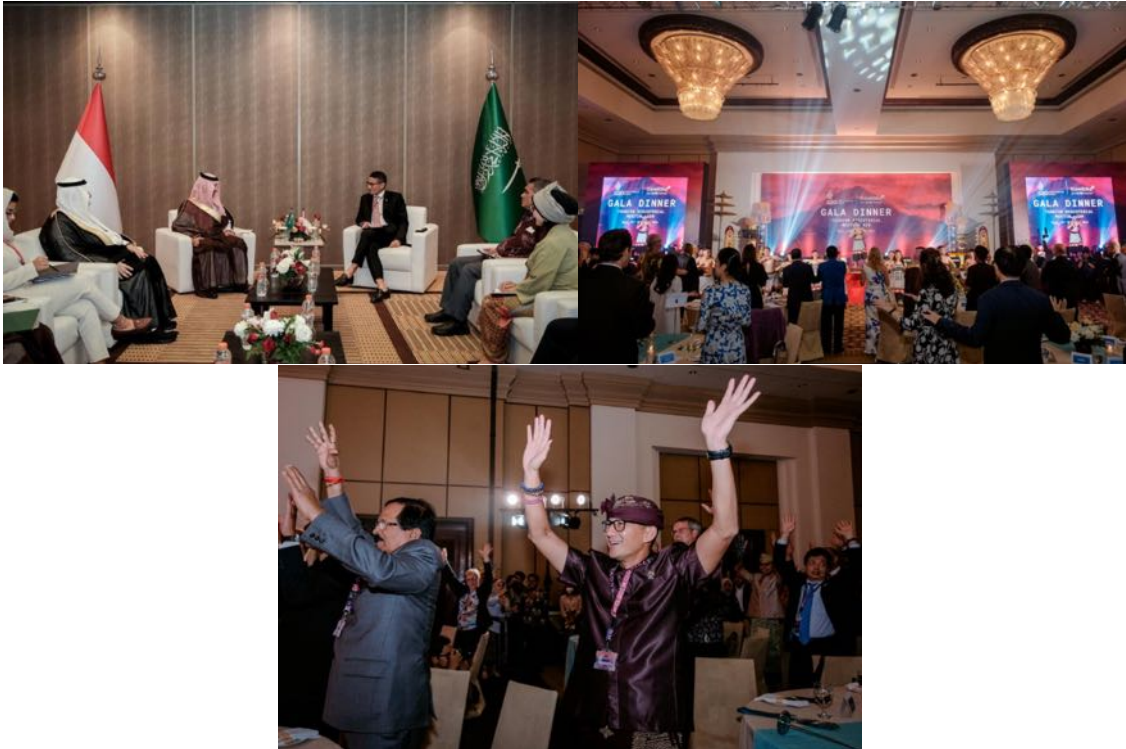
Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam kegiatan "G20 Tourism Ministerial Meeting (TMM) 2022" pada Senin (26/9/2022) di Grand Hyatt Nusa Dua, Bali, melakukan pertemuan bilateral dengan sejumlah negara anggota G20 dan juga negara tamu. Menparekraf Sandiagra berbicara tentang banyak hal mulai dari rencana kerja sama dalam pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Untuk lokasi yang ditawarkan adalah lima destinasi super prioritas juga 8 KEK pariwisata di berbagai daerah tanah air. Adapun 5 Destinasi Super Prioritas t adalah Danau Toba, Borobudur, Mandalika, Labuan Bajo, serta Likupang. Sementara untuk 8 KEK Pariwisata adalah KEK Tanjung Kelayang di Belitung, KEK Nongsa di Batam, KEK Tanjung Lesung di Banten, KEK Singosari di Malang, KEK Mandalika di NTB, KEK Likupang di Sulawesi Utara, Kek Morotai di Maluku Utara, dan KEK Lido di Sukabumi, Jawa Barat.

"Saudi Arabia sangat tertarik dengan beberapa proyek yang kita ajukan, juga Uni Emirat Arab. Kita akan follow up dengan roadshow dalam beberapa bulan ke depan dalam kunjungan kita dengan target investasi 6 sampai 8 miliar dolar AS dalam tiga tahun ke depan. Itu target kita, mulai dari pembangunan infrastruktur, kereta gantung, akomodasi, sampai kepada beberapa kelengkapan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Pelaksanaan "G20 Tourism Ministerial Meeting (TMM) 2022" dirangkai kemudian dengan gala dinner dalam suasana yang hangat. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengapresiasi dan terima

kasih yang tinggi kepada seluruh delegasi atas kontribusinya dalam mencapai konsensus bersama pada “G20 Bali Guideline”. Ia berharap semua yang diperjuangkan dalam pembahasan ini dapat memperkuat pemulihan sektor pariwisata yang berfokus pada penguatan UMKM dan komunitas.



c) Penyelenggaraan Konferensi Ekonomi Kreatif Dunia atau World Conference on Creative Economy (WCCE) 2022

Dalam pelaksanaan Konferensi Ekonomi Kreatif Dunia atau World Conference on Creative Economy (WCCE) 2022 menampilkan Ragam Produk Ekraf Tanah Air Dipamerkan dalam Gala Dinner WCCE 2022 Bersama Shopee.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf/Kabaparekraf) Sandiaga Salahuddin Uno mengatakan, modest fashion yang dihadirkan bukanlah sekadar modest fashion biasa. Namun fesyen yang menggabungkan kreativitas dengan akar budaya dan motif khas tanah air.

Menparekraf Sandiaga menjelaskan Bali Roadmap merupakan dokumen yang disepakati oleh para delegasi WCCE sebagai peta jalan untuk kebangkitan ekonomi di mana sektor ekonomi kreatif menjadi tulang punggung kebangkitan ekonomi global. Bali Road Map berisikan beberapa poin yaitu terkait bagaimana memmainstreamkan ekonomi kreatif dalam ekonomi dunia termasuk transformasi dari pelaku usaha informal ke usaha yang formal. Kemudian terdapat poin terkait akses pembiayaan yang membuka jalan bagi para pelaku ekraf agar bisa mendapatkan akses pembiayaan lebih luas.

Kemudian ada poin pemasaran terkait upaya para pelaku ekraf agar mampu beradaptasi menggunakan digital di sisi pemasarannya. Dan poin paling penting di bidang ekonomi kreatif adalah intellectual property (IP) dimana perlindungan kekayaan intelektualnya bisa digunakan untuk memajukan dan menjadi akses pembiayaan pelaku ekonomi kreatif. Bali Roadmap menjadi satu dokumen yang diadopsi dan memberikan kontribusi mengenai kebijakan-kebijakan tentang ekonomi kreatif di seluruh dunia.

Direktur Eksekutif Shopee Indonesia, Handhika Jahja menceritakan bagaimana seluruh pihak harus terlibat aktif dalam pemulihan industri ekonomi kreatif. "Dengan mengoptimalkan peran masing-masing di setiap sektor, saya yakin kita dapat menciptakan ekonomi digital yang lebih maju; ekosistem yang sinergis dan inklusif untuk percepatan pemulihan.

Presiden Joko Widodo menyampaikan saat membuka WCCE 2022 meyakini ekonomi kreatif di Indonesia dan banyak negara lain di dunia akan menjadi tulang punggung ekonomi di masa depan yang semakin kuat dan diperhitungkan sebagai kekuatan ekonomi inklusif. Pengembangan ekonomi kreatif harus terus dipacu agar menjadi sektor yang futuristik tumbuh lebih cepat lebih besar dan maju.

"Ekonomi kreatif dapat menjadi solusi untuk meningkatkan cara hidup masyarakat secara luas dan berkelanjutan karena mampu mendobrak batas geografis, gender, ras, dan strata ekonomi. Ekonomi kreatif bisa menjadi pilar utama untuk mendobrak pertumbuhan ekonomi yang inklusif pertumbuhan ekonomi untuk semuanya," kata Presiden Joko Widodo.

Indonesia, dikatakan Presiden, akan mengambil peran terdepan untuk membangun ekosistem ekonomi kreatif yang inklusif, mendorong peran ekonomi kreatif yang lebih besar dalam pemulihan ekonomi global.

d) Kegiatan spouse program sebagai side event G20 di TVONE

Kegiatan Spouse Program merupakan bagian dari rangkaian KTT G20 yang disiapkan bagi pendamping kepala negara. Terdapat delapan delegasi yang mengikuti Spouse Program, terdiri atas delegasi dari enam negara anggota G20 yakni Argentina, Tiongkok, Korea Selatan, Jepang, Turki, dan Spanyol, satu delegasi dari Rwanda selaku invited countries dan satu delegasi dari European Commission. Kehadiran Spouse Program juga untuk mengenalkan produk-produk pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia, mulai dari daya tarik wisata, kuliner, fesyen, kriya, hingga musik dan seni budaya khas nusantara.

Spouse Program ini bisa menguatkan serta mengembalikan kepercayaan wisman. Sehingga target kunjungan tahun ini (2022) 1,8 juta sampai 3,6 juta wisman bisa tercapai. Dan target nilai devisa karena mereka lebih lama tinggal dan juga kualitas berbelanja untuk produk-produk ekonomi kreatif juga lebih besar, maka

bisa mencapai 500 juta sampai 1,7 miliar dolar AS. Berharap KTT G20 ini mendorong peluang bagi Indonesia untuk menciptakan 1,1 juta lapangan kerja baru di tahun 2022 dan 4,4 juta lapangan kerja di 2024.



e) Kegiatan Global Tourism Forum (GTF) di Bali

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf/Kabaparekraf) Sandiaga Salahuddin Uno mengungkapkan saat ini lebih dari 200 peserta industri pariwisata dari berbagai belahan dunia hadir pada Global Tourism Forum-Annual Meeting (GTF-AM) 2022 di Bali untuk merumuskan pariwisata berkualitas dan berkelanjutan setelah pandemi. GTF-AM 2022 mengambil tema Time for Travel & Tourism-from Words to Actions diselenggarakan di Movenpick Resort & Spa Jimbaran Bali pada 17-18 November 2022.

Kegiatan Global Tourism Forum lebih dari 200 peserta dari berbagai belahan dunia sudah hadir di Jimbaran untuk merumuskan dan mendiskusikan pariwisata ke depan terutama berkaitan dengan kebangkitan, penciptaan pariwisata yang berkelanjutan dan berkualitas, dan fokus kepada penciptaan lapangan kerja. Global Tourism Forum-Annual Meeting 2022 bisa menciptakan suatu terobosan sehingga target penciptaan 1,1 juta lapangan kerja tahun ini dan 4,4 juta lapangan kerja 2024 bisa tercapai. Investor asing yang berpartisipasi berasal dari berbagai negara, seperti Rumania, UEA, Rumania, Monako, Inggris, Spanyol, Australia, dan Singapura.



3. Penyelenggaraan Publikasi Dan Pemberitaan

a. Pendampingan Peliputan Media Kunjungan Kerja Menparekraf

Dalam rangka mendukung promosi serta publikasi kegiatan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf), Biro Komunikasi memfasilitasi pengundangan media massa nasional dan daerah untuk melakukan peliputan kunjungan kerja Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf/Kabupaten Parekraf) yang menghadiri event/kegiatan yang berlangsung di daerah.



Peliputan media ini untuk meningkatkan citra Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) dalam mendukung pembangunan kepariwisataan dan ekonomi kreatif melalui pemberitaan pengembangan destinasi pariwisata dan produk kreatifnya oleh para wartawan yang akan dipublikasi di medianya masing-

masing adalah upaya membangun opini publik yang positif terhadap kinerja Kemenparekraf/Baparekraf. Biro Komunikasi memfasilitasi pengundangan media untuk peliputan langsung kunjungan kerja (Menparekraf/Kabupaten Parekraf) ke berbagai daerah sejak bulan Januari s.d Desember 2022.



b. Weekly Press Briefing/The Weekly Brief with Sandi Uno

Kegiatan Weekly Press Briefing (WPB) dilaksanakan mulai bulan Januari s.d Desember 2022 dalam rangka mensosialisasikan/mendesiminasikan kebijakan, program atau kegiatan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) terutama yang berkaitan dengan dukungan Kementerian terhadap pemulihan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif pasca pandemi COVID-19, Biro Komunikasi melakukan pengundangan wartawan di acara WPB dari berbagai media massa nasional, internasional dan daerah untuk menghadiri WPB/konferensi pers secara *hybrid* yang dipimpin oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Pelaksanaan WPB dilakukan setiap hari Senin di Kantor Kemenparekraf/Baparekraf ataupun di daerah. Dalam pelaksanaan WPB mengangkat isu-isu pariwisata dan ekonomi kreatif, selain itu mempublikasikan dan mensosialisasikan kebijakan dan program Kemenparekraf/Baparekraf.



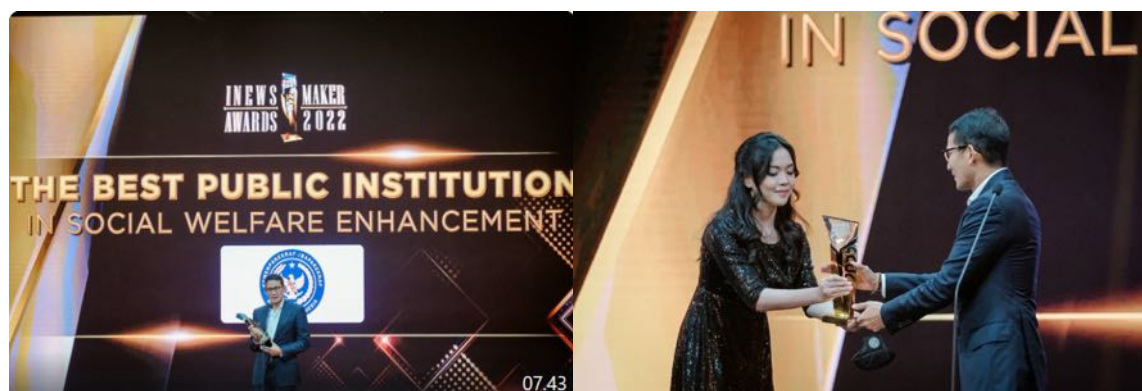
Selain dilaksanakan Weekly Press Briefing rutin setiap pekan, Biro Komunikasi Kemenparekraf/Baparekraf juga melaksanakan Extended Weekly Press Briefing dengan mengundang 100 media (30 hadir offline dan 70 hadir online). Extended Weekly Press Briefing dilaksanakan saat bulan Ramadan untuk mempublikasikan /mensosialisasikan kebijakan dan program Kemenparekraf/Baparekraf, dan kesiapan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif untuk menyambut libur lebaran dan mudik.

Dalam pelaksanaan extended Weekly Press Briefing mengangkat terkait dengan “Santri Digitalpreneur Indonesia 2022”, Santri Digitalpreneur Indonesia untuk mencetak generasi santri digital yang dapat memproduksi konten-konten digital yang kreatif dan inovatif serta memiliki akhlakul karimah. Santri digital preneur Indonesia menjadi wadah bagi santri untuk meningkatkan kapasitas dan skill melalui pelatihan-pelatihan yang terukur dan tepat sasaran. Kemenparekraf menghadirkan Santri Digitalpreneur Indonesia pada tahun ini akan dilaksanakan secara luring di delapan kota/kabupaten di Indonesia, yaitu Serang, Padang, Cirebon, Tasikmalaya, Sidoarjo, Bondowoso, Bangkalan, dan Banjarmasin.

Para peserta Santri Digitalpreneur Indonesia 2022 akan menerima pelatihan materi dasar, berdiskusi, serta serangkaian praktek yang akan membuat para santri memahami materi secara komprehensif. Materi pelatihan akan diberikan oleh para professional yang berkompeten di bidang kreatif dan digital, serta animasi. Dari setiap kota/kabupaten akan dipilih satu kelompok terbaik, yang akan mempresentasikan hasil karya mereka dalam acara Demo Day yang berlangsung di Jakarta pada tanggal 27 September 2022, dalam rangkaian peringatan hari Santri Nasional.



Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif meraih penghargaan sebagai ‘*The Best State Institution in Social Welfare Enhancement*’ dalam ajang iNews Maker Awards 2022 di Inews Tower, MNC Center, sebagai berikut:



Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif meraih penghargaan sebagai salah satu "Kolaborator Tribun Network" dalam Mata Lokal Award. Tribunnews sebagai mitra strategis Kemenparekraf dalam membantu mempublikasikan program dan kebijakan Kemenparekraf serta mengamplifikasi promosi destinasi wisata dan produk ekonomi kreatif lokal. Mata Lokal Award yang diinisiasi oleh Tribunnews merupakan sebuah ajang apresiasi yang diberikan kepada institusi, organisasi maupun perusahaan yang senantiasa memberikan dampak positif melalui program, konten, dan kampanye. Adapun penghargaan Mata Lokal Award, sebagai berikut :



Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif merupakan kementerian yang terpoluler di media cetak & media online tahun 2022 dalam ajang *The 8th Public Relations Indonesia Award (PRIA) 2023* yang dilaksanakan di Bali. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif meraih piagam penghargaan sebagai kategori terpopuler di media cetak & online - Sub kategori kementerian, sebagai berikut :



4. Press Tour

Dengan semakin pentingnya peran pariwisata dan ekonomi kreatif dalam pembangunan nasional, maka posisi Biro Komunikasi semakin penting, hal ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada organisasi (internal) dan publik (eksternal), untuk itu diperlukan kemitraan yang lebih erat dengan publik organisasi, khususnya media/kalangan pers.

Media merupakan mitra pemerintah dimana keberadaan para instan pers baik media elektronik, cetak maupun online sebagai sarana penyebarluasan informasi melalui sosialisasi dan publikasi terhadap kebijakan dan program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) kepada publik secara faktual, komprehesnif dan akurat.



Kemenparekraf/Baparekraf melalui Biro Komunikasi melakukan kolaborasi dengan Forum Wartawan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Forwaparekraf) untuk menyosialisasikan dan mempublikasikan destinasi pariwisata dan sekaligus mempromosikan produk wisata dan ekonomi kreatif dengan diadakannya *Press Tour* ke Semarang, Jawa Tengah. Dalam rangkaian *Press Tour* Biro Komunikasi diselenggarakan Seminar dengan tema **”Kesiapan Sektor Parekraf Dalam Negeri Hadapi Pembukaan Border Wisatawan Mancanegara”** : pada 30 Maret 2022 di Kampoeng Kopi Banaran, Kabupaten Semarang.

Acara Seminar menghadirkan narasumber:

1. H. Ngesti Nugraha, S.H., M.H., Bupati Kabupaten Semarang,
2. Setyo Irawan sebagai Kepala Bidang Pemasaran Disparpora Provinsi Jawa Tengah
3. Lukminto Wibowo selaku Komisaris PT Dyandra Banaran Nusantara dan Direktur Bisnis Kompas
4. I Gusti Ayu Dewi Hendriyani selaku Kepala Biro Komunikasi mewakili Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

5. Jumpa Pres Akhir Tahun 2022

Agenda pertemuan dan dialog yang dilaksanakan di akhir bulan Desember setiap tahun berlangsung antara Pimpinan Kemenparekraf yang dipimpin oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan kalangan media massa (wartawan cetak, online dan elektronik), pemangku kepentingan pariwisata dan ekonomi kreatif, serta pejabat terkait, dalam rangka :

- f) Memaparkan dan mengkomunikasikan kinerja Kemenparekraf selama 1 (satu) tahun yaitu pada 2022;
- g) Meningkatkan pemahaman terhadap pemangku kepentingan akan peran strategis pembangunan bidang kepariwisataan dan industri kreatif;
- h) Mensosialisasikan program dan kegiatan Kemenparekraf tahun 2023, guna diperoleh dukungan dan meminimalisir hambatan.



6. Sosialisasi Informasi Dan Kebijakan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Melalui Komunitas

NETAS (Nemuin Komunitas) di laksanakan di Manado dan Toba

Nemuin Komunitas (NETAS) adalah sebuah program kegiatan interaksi langsung Menparekraf kepada perwakilan masyarakat yaitu komunitas guna membangun relasi / hubungan dengan komunitas dan melahirkan solusi dari masalah yang terjadi di lapangan sehingga program Menparekraf yaitu Inovasi, Adaptasi dan Kolaborasi bisa terlaksana dengan lebih maksimal. Tujuan dari kegiatan ini, yaitu Menjadikan komunitas sebagai volunteer/ relawan untuk dapat Mensosialisasikan kebijakan-kebijakan kemenparekraf kepada masyarakat dan Mengajak Komunitas berperan aktif dalam mendukung program Kemenparekraf yaitu Bangga Buatan Indonesia dan #BeliKreatifLokal agar industri kreatif dapat menjadi penggerak pemulihan ekonomi nasional.

Ada perwakilan dari 17 komunitas dan 16 Kepala Dinas Pariwisata di wilayah Sulawesi Utara yang hadir. Kegiatan ini dilaksanakan pada Selasa, 15 Februari 2022 yang berlokasi di Rumah Alam Manado Adventure Park, Sulawesi Utara.



Dan juga Nemuin Komunitas (NETAS) Toba sebagai sebuah program kegiatan interaksi langsung Menparekraf kepada perwakilan masyarakat yaitu komunitas guna membangun relasi / hubungan dengan komunitas dan melahirkan solusi dari masalah yang terjadi di lapangan sehingga program Menparekraf yaitu Inovasi, Adaptasi dan Kolaborasi bisa terlaksana dengan lebih maksimal.

Indonesia dengan keanekaragaman budaya dan kesenian memiliki banyak potensi - potensi komunitas yang dapat diasah. Salah satu bentuk kegiatan untuk mendukung kreatifitas komunitas musik, Kemenparekraf mengadakan program KAMU AKU. Kegiatan KAMU AKU hadir sebagai wadah bagi para komunitas musisi daerah untuk menunjukkan potensi, bakat & kemampuan dalam berkarya.

Ada perwakilan 10 komunitas, khususnya komunitas musik di wilayah Sumatera Utara yang hadir. Kegiatan ini dilaksanakan pada Selasa, 22 Maret 2022 yang berlokasi di Kapal Wisata dari Ruang terbuka Parapat ke Pulau Samosir, Sumatera Utara.

7. Event Menjaring Komunitas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif



JALIN KOMUNITAS (Jalan Jalan Di Indonesia Bareng Komunitas) - Java Edition, para peserta diajak menjelajahi beragam destinasi wisata di sepanjang pulau Jawa. Selama 7 hari pelaksanaan (1 - 7 Maret 2022), mereka mencoba berbagai tematik wisata daerah di 6 provinsi di pulau Jawa serta akan diajak bersilaturahmi dengan para komunitas lokal ataupun masyarakat

di daerah tujuan kegiatan. Kegiatan ini dilepas dan dibuka oleh Menparekraf Sandiagra Salahudin Uno di Gedung Sapta Pesona Jakarta, Selasa, 1 Maret 2022.

Series JALIN KOMUNITAS Java Series ini dilaksanakan ke - 6 Provinsi di Pulau Jawa yang dimulai dari DKI Jakarta dan akan diakhiri di Kab. Banyuwangi, Jawa Timur. Dalam 8 hari pelaksanaan, tim JALIN KOMUNITAS - Java Series singgah di sejumlah daerah untuk menggali potensi Kawasan tersebut.

Ada lebih dari 40 komunitas yang telah dijumpai Tim JALIN selama Touring ini. Selain bertemu komunitas, Tim JALIN dan komunitas daerah, juga mengunjungi beberapa destinasi wisata diberbagai daerah termasuk desa wisata para pemenang ADWI disepanjang Jawa.

8. Community Trip



Kegiatan ini merupakan salah satu program dari Biro Komunikasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan tujuan untuk berkolaborasi bersama Komunitas. Mengkampanyekan berwisata #DiIndonesiaAja dan mensosialisasikan adaptasi baru untuk menerapkan protokol kesehatan yang baik dan benar dalam berwisata.

Geber Komunitas Srikandi Wonderful Ride adalah kegiatan Touring Bersama Komunitas Srikandi (bikers Wanita). Peserta Komunitas ini dari berbagai profesi seperti penyanyi, olahragawati, seniman, penggiat sosial, dan driver ojek online.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Salahuddin Uno melepas secara resmi touring Komunitas Srikandi Wonderful Ride, Senin, 24 Februari 2022 di Gedung Sapa Pesona, Jakarta. Touring Bersama Komunitas Srikandi dipimpin oleh Eddi Brokoli sebagai Road Captain dalam perjalanan selama 4 hari dari tanggal 24 - 27 Januari 2022 dengan total Jarak tempuh 500 Km. Titik Start touring berada di Bandung - Garut - Tasikmalaya dan berakhir di Desa Wisata Cibuntu Kuningan.

9. Pengembangan Opini Publik Terhadap Citra Parekraf

Citra adalah kesan yang tercipta dari sebuah pemahaman akan suatu kenyataan. Terciptanya citra positif suatu institusi merupakan salah satu fungsi utama yang harus dilaksanakan oleh humas Pemerintah. Citra positif tersebut hanya dapat dibangun apabila tugas, fungsi, kebijakan, serta capaian kinerja suatu instansi pemerintah dikomunikasikan oleh humas pemerintah dengan baik kepada publik melalui berbagai kegiatan dan produk kehumasan.

Pelaksanaan survei opini publik adalah salah satu bentuk kegiatan kehumasan yang bertujuan untuk menjaring pendapat publik dalam menilai citra suatu institusi. Survei opini publik tersebut dapat dilakukan dalam dua pelaksanaan, baik dalam jaringan (online) dan di luar jaringan (offline). Survei akan dilakukan secara offline dengan cara mengumpulkan data dengan mengunjungi daerah-daerah di Indonesia yang sedang melangsungkan perhelatan event, baik skala nasional maupun internasional, yang melibatkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.



10. Diseminasi Kebijakan Hasil Analisis

Diseminasi merupakan kegiatan penyebaran informasi dengan target yang luas seperti kelompok masyarakat tertentu atau individu tertentu dengan tujuan pemberian

informasi yang sengaja disebarakan agar muncul kesadaran di dalam pola pikir target, Dengan begitu mereka, kelompok atau individu itu, mau menerima dan mengubah perilaku sesuai dengan isi informasi yang diberikan sebelumnya

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

Kegiatan Diseminasi Kebijakan Hasil Analisis merupakan tindak lanjut dari kegiatan Monitoring dan Analisis Berita. Tim monitoring dan analisis berita berfokus pada pemberitaan kebijakan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang dicanangkan oleh Menteri tahun 2022 dan dirasa perlu untuk menyampaikan hasil analisis pemberitaan tersebut ke pihak terkait sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan, serta untuk mendapatkan umpan balik dari pemangku kepentingan pariwisata di daerah (Pemerintah Daerah, Asosiasi, Industri).



11. Monitoring Dan Analisis Berita

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif merupakan lembaga pemerintah yang memiliki tugas dan fungsi melakukan pembangunan dan pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Kemenparekraf dituntut secara proaktif melakukan komunikasi dan diseminasi informasi kepada pengguna informasi, baik di lingkup internal Kementerian (pimpinan dan satuan-satuan kerja), maupun eksternal masyarakat luas, dalam maupun luar negeri. Informasi tersebut mencakup berbagai kebijakan sektor pariwisata, serta informasi strategis lainnya yang berkaitan dengan program kerja serta pembangunan citra Kementerian.

Kememparekraf membutuhkan masukan dari masyarakat, baik dalam maupun luar negeri mengenai berbagai kebijakan Kememparekraf sebagai bahan koreksi, evaluasi serta kontrol kinerja. Masukan-masukan tersebut dapat diinventarisasi melalui informasi dan berita-berita yang dipublikasikan oleh media massa, baik media cetak maupun elektronik. Berkaitan dengan hal tersebut, diperlukan adanya sebuah sistem monitoring dan analisis berita dari media cetak, maupun media elektronik yang nantinya akan disampaikan kepada pimpinan untuk menyusun kebijakan.



12. Pendampingan Dan Peliputan Kegiatan Program Kerja Kementerian



Pendampingan dan Peliputan Kunjungan Kegiatan Program Kerja Kementerian ini dilaksanakan untuk memastikan bahwa program kerja dan kinerja Kememparekraf/Baparekraf dapat terdokumentasikan secara baik, dengan mengikuti tata cara prosedur standar baku melalui proses peliputan. Hasil pendampingan dan peliputan tersebut akan menjadi informasi yang dikemas

dalam bentuk foto dan video. Nantinya, kedua produk hasil pendokumentasian itu dapat disebarluaskan kepada masyarakat sebagai informasi mengenai program kerja, kebijakan, dan kinerja Kememparekraf/Baparekraf.

Pendampingan dan Peliputan Kunjungan Kegiatan Program Kerja Kementerian dilakukan sebagai salah satu kegiatan utama, karena mempunyai nilai tinggi dalam

rangka mempublikasikan program dan kegiatan Kemenparekraf/Baparekraf sekaligus mempromosikan citra pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia ke masyarakat luas.

Produk hasil Pendampingan dan Peliputan Kunjungan Kegiatan Program Kerja Kementerian yang berupa materi rekam ini berpotensi besar sebagai data dukung primer untuk kegiatan-kegiatan dalam ranah kehumasan Kemenparekraf/Baparekraf. Data primer ini akan menunjang pembentukan citra positif Kementerian, terutama pada tugas-tugas aktif yang dilakukan oleh pimpinan dalam kegiatan di lingkup nasional maupun internasional, serta berkunjung ke destinasi atau kepada *stakeholder* pariwisata terkait. Hingga pada akhirnya kegiatan Pendampingan dan Peliputan Kunjungan Kegiatan Program Kerja Kementerian ini mampu dan memiliki potensi besar untuk digunakan sebagai bahan baku produk kehumasan seperti media sosial, siaran pers, laporan dan dokumentasi kegiatan, videotron, *digital banner*, poster digital, dan lain-lain.

Pengumpulan dan penyusunan dokumentasi foto dan video akan dilakukan secara *real-time*, foto dan video yang telah diolah sesuai prosedur standar operasional nantinya dapat dijadikan sebagai bahan dukung untuk kegiatan lain di lingkup Kemenparekraf/Baparekraf maupun *stakeholder* bidang kepariwisataan lain.

Pendokumentasian kegiatan program kerja Kementerian dilakukan dalam bentuk foto dan video yang dikemas dari hasil kegiatan kunjungan kerja pimpinan maupun event-event pariwisata yang diselenggarakan oleh satuan kerja, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Semua itu dilakukan dalam rangka mendukung program kerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sekaligus mempromosikan pariwisata Indonesia.

3. Terwujudnya keterbukaan informasi publik di Kemenparekraf

Pada tahun 2022 ini sasaran "Terwujudnya keterbukaan informasi publik di Kemenparekraf", yang ditandai oleh Nilai peningkatan kualitas layanan publik.

Indikator keberhasilan sasaran, berikut target dan realisasinya dapat di lihat pada tabel berikut ini :

No	Indikator	Target	Realisasi	% Capaian
		2022	2022	
4.	Nilai keterbukaan informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	91	94,78	104%

Dari Indikator “Terwujudnya keterbukaan informasi publik di Kemenparekraf” sebagai Nilai keterbukaan informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Perangkat media sosial merupakan teknologi berbasis web dan mobile yang dapat menjadi instrumen efektif untuk mendorong perubahan sosial ke arah tertentu melalui strategi pembentukan opini publik. Pada tahun 2022, setelah melakukan pengisian kuesioner yang terdiri dari sarana prasarana, kualitas informasi, jenis informasi, komitmen organisasi, digitalisasi, dan barang jasa. Serta melakukan presentasi di depan dewan juri anugerah keterbukaan informasi publik tahun 2022, Kemenparekraf/Baparekraf yang diwakili oleh Sekretaris Kementerian/Sekretaris Utama selaku Atasan PPID dan Kepala Biro Komunikasi selaku Ketua PPID Utama. Kemenparekraf/Baparekraf mendapatkan nilai 94,78 sekaligus predikat INFORMATIF.



Kemenparekraf berupaya semaksimal mungkin memanfaatkan media sosial untuk mensosialisasikan kebijakan serta membangun citra positif lembaga. Kemenparekraf menggunakan media sosial berbasis web dan mobile guna membangun komunikasi yang bersifat interaktif, diantaranya Instagram, Facebook, Twitter, Youtube dan Tiktok.

Dari Indikator “Terwujudnya keterbukaan informasi publik di Kemenparekraf” dapat dicapai dengan pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

1. Penyediaan Informasi Tentang Kebijakan Dan Program Kemenparekraf Melalui Media Sosial



Berdasarkan Arahan Presiden R.I. diatas, Kemenparekraf/Baparekraf telah menetapkan target dipilah menjadi tingkat makro dan mikro. Di tingkat makro, Kemenparekraf menargetkan PDB Pariwisata meningkat menjadi 5,5% dan nilai ekspor ekonomi kreatif sebesar 24.5 Miliar, dengan penyerapan tenaga kerja Pariwisata menjadi 15 juta orang dan tenaga kerja Ekonomi Kreatif menjadi 21 Juta orang pada tahun 2024. Di tingkat mikro, Kemenparekraf/Baparekraf menargetkan peningkatan jumlah wisatawan domestik ke destinasi-destinasi wisata sehingga dapat mendongkrak tumbuhnya lapangan kerja baru serta mengakselerasi nilai tambah perekonomian rakyat melalui 13 bidang usaha pariwisata dan 16 subsektor ekonomi kreatif, diantaranya :

- Kemenparekraf/Baparekraf menerapkan 4 strategi dalam mengembangkan pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia,
- Strategi meningkatkan devisa dan nilai tambah
- Strategi meningkatkan daya saing industri pariwisata dan ekonomi Kreatif
- Strategi meningkatkan kapasitas SDM
- Strategi meningkatkan daya dukung lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf juga mempunyai program/konsep Destinasi Super Prioritas (DSP) yaitu program pengembangan pemasaran dan pembangunan destinasi pariwisata di Indonesia yang dianggap memiliki potensi untuk mendatangkan wisatawan dan perlu digarap lebih serius dari segi 3A (Amenitas, Atraksi, Aksesibilitas). terbagi menjadi beberapa destinasi,

Tujuan utama dalam pembuatan informasi tentang kebijakan dan program Kemenparekraf melalui media sosial tersebut adalah memperkenalkan keempat destinasi super prioritas dan berbagai atraksinya, lewat media yang menyenangkan dan layak untuk dikoleksi.

Target dari sarana penyediaan informasi tentang kebijakan dan program Kemenparekraf melalui media sosial berupa permainan dengan tema 5 (lima) destinasi wisata super prioritas ini terbagi dua, yaitu:

1. Borobudur sebagai bagian dari warna keunikan destinasi negeri menyimpan berjuta kekayaan narasi yang masih tersimpan hanya diingatan.
2. Melalui strategi storynomics, penyebaran dan komunikasi melalui omni channelnya, serta integrated

Dalam pembuatan informasi tentang kebijakan dan program Kemenparekraf melalui media sosial, terdapat yang bertugas untuk pembuatan materi tersebut adalah director, script writer, video editor, video granding, video grafis dan local host.



Kemenparekraf/Baparekraf mendapatkan penghargaan dari Government Social Media Award 2022 di bidang media sosial yang diselenggarakan oleh Awrago dan NoLimit sebagai berikut :

1. Pemenang Most Engaging Kementerian
2. Pemenang Best Campaign Kementerian
3. Pemenang Best Performance in G20 Campaign Kementerian
4. Pemenang Best Account Kementerian



Biro Komunikasi memiliki peran penting dalam mengamplifikasi program dan kebijakan kementerian kepada publik untuk Dalam ajang PR Indonesia Awards 2023 untuk program & kegiatan komunikasi yang diselenggarakan sepanjang tahun 2022:

1. Gold Winner Sektor Kementerian Kategori Kanal Digital Sub Kategori Media Sosial - Instagram
2. Bronze Winner Sektor Kementerian Kategori Kanal Digital Sub Kategori Media Sosial - TikTok



2. Peliputan Pimpinan Untuk Publikasi Media Sosial Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif



Bahwa pemerintahan yang baik/Good governance menjadi tuntutan yang utama bagi pemerintah terlebih untuk negara yang menganut welfare state, salah satunya negara Indonesia. Dalam tata kelola pemerintahan yang baik, mensyaratkan adanya akuntabilitas, tansparansi, dan partisipasi masyarakat dalam setiap penentuan kebijakan publik. Informasi tersebut mencakup berbagai kebijakan dan program pembangunan pariwisata salah satunya adalah liputan pimpinan, serta informasi strategis lainnya yang berkaitan dengan program kerja (official information) serta pembangunan citra (image building) kementerian. Dalam melakukan desiminasi

informasi kepada publik dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui media sosial baik yang berbasis web maupun mobile. kegiatan ini adalah untuk mentranparansi dan memperluas penerimaan informasi terkait kunjungan kerja pimpinan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

3. Penayangan Dan Pemuatan Informasi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Di Media Sosial

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) berupaya semaksimal mungkin memanfaatkan media sosial untuk mensosialisasikan kebijakan serta membangun citra positif lembaga. Salah satu caranya adalah dengan memanfaatkan teknologi media sosial baik yang berbasis web maupun mobile. Informasi tersebut mencakup berbagai kebijakan dan program pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif serta informasi strategis lainnya yang berkaitan dengan program kerja (*official information*) serta pembangunan citra (*image building*) kementerian. Kegiatan ini adalah untuk memperluas penerimaan informasi terkait kebijakan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta membangun citra positif lembaga melalui media sosial resmi Kemenparekraf.



4. Meningkatkan kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi

Pada tahun 2022 ini sasaran "Meningkatnya kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi", yang ditandai oleh Tingkat Kepuasan Satker Terhadap Biro Komunikasi.

Indikator keberhasilan sasaran, berikut target dan realisasinya dapat di lihat pada tabel berikut ini :

No	Indikator	Target	Realisasi	% Capaian
		2022	2022	
5.	Meningkatnya kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi	3,3	3,4	103

Dari Indikator "Tingkat kepuasan satker Eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi" tersebut, telah dilaksanakan kegiatan :

1. Pendampingan Dan Peliputan Kegiatan Program Kerja Kementerian

Pendampingan dan Peliputan Kunjungan Kegiatan Program Kerja Kementerian ini dilaksanakan untuk memastikan bahwa program kerja dan kinerja Kemenparekraf/Baparekraf dapat terdokumentasikan secara baik, dengan mengikuti tata cara prosedur standar baku melalui proses peliputan. Hasil pendampingan dan peliputan tersebut akan menjadi informasi yang dikemas dalam bentuk foto dan video. Nantinya, kedua produk hasil pendokumentasian itu dapat disebarluaskan kepada masyarakat sebagai informasi mengenai program kerja, kebijakan, dan kinerja Kemenparekraf/Baparekraf.

Pendampingan dan Peliputan Kunjungan Kegiatan Program Kerja Kementerian dilakukan sebagai salah satu kegiatan utama, karena mempunyai nilai tinggi dalam rangka mempublikasikan program dan kegiatan Kemenparekraf/Baparekraf sekaligus mempromosikan citra pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia ke masyarakat luas.

Produk hasil Pendampingan dan Peliputan Kunjungan Kegiatan Program Kerja Kementerian yang berupa materi rekam ini berpotensi besar sebagai data dukung primer untuk kegiatan-kegiatan dalam ranah kehumasan Kemenparekraf/Baparekraf. Data primer ini akan menunjang pembentukan citra positif Kementerian, terutama

pada tugas-tugas aktif yang dilakukan oleh pimpinan dalam kegiatan di lingkup nasional maupun internasional, serta berkunjung ke destinasi atau kepada stakeholder pariwisata terkait. Hingga pada akhirnya kegiatan Pendampingan dan Peliputan Kunjungan Kegiatan Program Kerja Kementerian ini mampu dan memiliki potensi besar untuk digunakan sebagai bahan baku produk kehumasan seperti media sosial, siaran pers, laporan dan dokumentasi kegiatan, videotron, *digital banner*, poster digital, dan lain-lain.



2. Pembuatan Konten Grafis Kebijakan Dan Program Kerja Kepariwisata Dan Ekonomi Kreatif



Dunia kreatif khususnya konten grafis pada era digital saat ini sangat diperhitungkan, pesatnya perkembangan komunikasi mendorong content creator untuk menyajikan sesuatu yang efektif dalam menyampaikan pesan

kepada masyarakat, bukan lagi hanya melalui kata-kata (konvensional) tapi dilengkapi dengan visual yang dikemas secara kreatif dan atraktif.

Kegiatan Pembuatan Konten Grafis Kebijakan dan Program Kerja Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif ini dilakukan untuk menyediakan konten grafis sebagai

visualisasi kebijakan dan program kerja yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Rancangan grafis yang dibuat selalu dinamis mengikuti perkembangan zaman dan mengikuti selera masyarakat Indonesia. Mulai dari tokoh karakter, animasi, ilustrasi, pemilihan tipografi, gaya, tren warna, teknik kerja, layout, aplikasi, software, backsound yang digunakan, dan lain-lain dituntut untuk dapat mengikuti perubahan sehingga dapat menarik serta efektif dalam menyampaikan isu-isu strategis pemerintah kepada masyarakat. Adapun konten grafis yang dihasilkan berjumlah 3.972 desain.

3. Adminstrasi Kegiatan

Adminstrasi kegiatan merupakan program ketatausahaan biro dalam rangka mendukung kinerja Biro Komunikasi.

Adapun :

- ❖ Penyusunan laporan kinerja biro
- ❖ Pengurusan Kenaikan pangkat pegawai Biro Komunikasi periode April
- ❖ Pengurusan Tanda kehormatan/penghargaan Satyalancana Karya Satya Tahun 2022



- ❖ Pengurusan BPJS Ketenagakerjaan
- ❖ Laporan perkembangan covid-19 Januari s.d Juni 2022 ke Biro Sumber Daya Manusia dan Organisasi
- ❖ Pengadministrasian barang milik negara
- ❖ Dukungan sarana dan prasara kerja biro komunikasi, dan rumah tangga biro.

4. Penyusunan Program Biro Komunikasi



Bahwa penyusunan Program Biro Komunikasi merupakan kegiatan yang memfasilitasi dalam perencanaan penyusunan program di lingkungan Biro Komunikasi. kegiatan dilaksanakan tanggal 27 s.d 29 Februari 2022 di Seruni Hotel, Cisarua Bogor, Jawa Barat dengan agenda “Penyusunan Program dan Kegiatan Biro Komunikasi Tahun 2022”, dengan tema “*Together We Can Do More*”. Kegiatan ini dalam rangka memberikan pemahaman dalam penyusunan program kerja dan anggaran yang efektif dan efisien atas penggunaan anggaran serta penatausahaan keuangan yang akuntabel kepada pegawai di lingkungan Biro Komunikasi.

Selain itu, Kegiatan penyusun program kerja Biro Komunikasi 2023 merupakan momentum penting bagi jajaran di biro komunikasi dalam upaya meningkatkan kinerja sesuai tupoksinya, di antaranya melayani pimpinan maupun pelayanan kepada masyarakat. Tugas besar dari kementerian yang diamanatkan pada Biro Komunikasi agar dijalankan dengan baik dan penuh tanggung jawab. Oleh karena itu, perlu dibangun team work untuk saling percaya diri dalam kebersamaan untuk mendukung pencapaian indikator kinerja Biro Komunikasi tahun 2022.

5. Partisipasi Event Parekraf Dalam Dan Luar Negeri



Kegiatan ini dilaksanakan dalam rangka menjalin komunikasi dan kolaborasi antar lembaga/pemerintah daerah dan masyarakat melalui keikutsertaan dalam berbagai event, baik yang dilaksanakan di dalam negeri maupun luar negeri.

Kegiatan ini bertujuan : Menciptakan komunikasi dua arah antara pemerintah dengan *stakeholder* pariwisata dalam membahas kebijakan dan masalah-masalah yang berkaitan dengan pengembangan di bidang Parekraf; meningkatkan peran serta *stakeholder* dalam pembangunan parekraf; Meningkatkan koordinasi dan sinkronisasi serta kualitas program pembangunan parekraf.

3.2. Realisasi Keuangan

Realisasi Keuangan Layanan Komunikasi Publik Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

No.	Peningkatan Layanan Komunikasi Publik	Pagu	Realisasi	%	Keterangan
BIRO KOMUNIKASI		52.179.647.000	52.118.971.276	99,88	
051	Hubungan Masyarakat	19.639.425.000	19.605.996.748	99,83	
1	Pengadaan Peralatan dan Peningkatan Sarana Dukung	661.363.000	661.007.000	99,95	
2	Administrasi Kegiatan Biro Komunikasi	517.435.000	496.344.494	95,92	
3	Penyusunan Program Biro Komunikasi	653.379.000	653.204.000	99,97	
4	Partisipasi Event Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Di Dalam dan Luar Negeri	611.078.000	609.031.529	99,67	
5	Peningkatan PR-Ing Kinerja Kemenparekraf	3.107.668.000	3.105.532.750	99,93	
6	Jumpa Pers Akhir Tahun	348.790.000	348.040.000	99,78	
7	Penyelenggaraan Publikasi dan Pemberitaan	8.864.314.000	8.861.146.243	99,96	
8	Press Tour	100.945.000	100.945.000	100	
9	Diseminasi Kebijakan Hasil Analisis	562.404.000	562.404.000	100	
10	Monitoring dan Analisis Berita	1.972.600.000	1.972.600.000	100	
11	Pengembangan Opini Publik Terhadap Citra Parekraf	448.996.000	448.896.984	99,98	
12	Sosialisasi Informasi Dan Kebijakan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Melalui Komunitas	724.835.000	723.343.254	99,79	
13	Event Menjaring Komunitas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	562.842.000	561.305.181	99,73	
14	Community Trip	301.188.000	301.044.664	99,95	
15	Penyelenggaraan Publikasi Melalui Pameran	39.212.000	38.993.625	99,44	
16	Penata Usahaan Biro Komunikasi	162.376.000	162.158.024	99,87	
052	Penyediaan Informasi Publik	7.771.883.000	7.765.811.251	99,92	
1	Kordinasi Antar Mitra Kerja Pemerintah	1.672.878.000	1.672.201.408	99,96	
2	Peningkatan Hubungan Kerja Sama Dengan Mitra Kerja	704.995.000	704.589.000	99,94	
3	Pengelolaan Layanan Informasi dan Komunikasi Publik	1.657.197.000	1.657.176.831	100	
4	Peningkatan Kapasitas SDM Informasi		281.668.035	99,91	

	dan Layanan Publik	281.931.000			
5	Diseminasi dan Bimbingan Teknis Informasi Publik Kemenparekraf/ Baparekraf	849.456.000	849.289.894	99,98	
6	Pemantauan dan Pencegahan Krisis Parekraf	1.698.039.000	1.697.666.518	99,98	
7	Peningkatan Kompetensi Komunikasi Krisis Parekraf	45.350.000	44.899.729	100	
8	Evaluasi dan Dokumentasi Komunikasi Krisis Parekraf	862.037.000	858.319.836	99,57	
053	Produksi Konten	11.170.188.000	11.167.625.637	99,98	
1	Penerbitan Media Cetak Internal Kemenparekraf	239.750.000	239.190.803	99,77	
2	Penyediaan Informasi Kepariwisata Melalui Pesona Emagazine	160.192.000	160.191.800	100	
3	Pengayaan Konten Terkait Program-Program Strategis Kemenparekraf dan Dukungan Publikasi G20	575.22.000	575.921.239	100	
4	Penyiapan Bahan Publikasi Narasi	1.985.403.000	1.985.306.515	100	
5	Pendampingan dan Peliputan Kegiatan Program Kerja Kementerian	1.998.418.000	1.998.337.381	100	
6	Produksi Konten Publikasi Foto dan Video	939.532.000	939.455.971	99,99	
7	Pembuatan Video Profil Kementerian/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Biro Komunikasi	297.825.000	297.825.000	100	
8	Penyelenggaraan Sistem Pengelolaan Dokumentasi Kemenparekraf	1.831.700.000	1.831.700.000	100	
9	Pembuatan Konten Grafis Kebijakan dan Program Kerja Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif	2.288.536.000	2.288.535.772	100	
10	Pembuatan Materi Grafis Pedoman dan Pelayanan Publik	338.869.000	338.850.387	99,99	
11	Pembuatan Video dengan Sentuhan Animasi Grafis Pemulihan Sektor Parekraf di 5 DSP dan Destinasi Strategis	514.041.000	512.310.769	99,66	
054	Media Digital	13,598,151,000	13,579,537,640	99,86	
1	Kajian Efektivitas Pemuatan dan Penayangan Informasi Kebijakan dan Kinerja Kemenparekraf di Media Digital	407.074.000	407.073.558	100	
2	Pemantauan Media Sosial Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	1.380.948.000	1.380.948.000	100	
3	Penyajian Informasi Kinerja dan Kebijakan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Melalui Website	1,258,156,000	1.258.155.415	100	
4	Penyajian Konten Informasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Melalui Videotron dan Digital Poster	2.702.841.000	2.699.997.328	99,89	
5	Penyelenggaraan Kompetisi Digital	501.550.000	501.550.000	100	

6	Aktivasi Media Sosial dan Website Kemenparekraf	915.346.000	915.345.923	100	
7	Penyediaan Informasi Tentang Kebijakan dan Program Kemenparekraf Melalui Media Sosial	2.427.645.000	2.426.606.705	99,96	
8	Penayangan dan Pemuatan Informasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Media Sosial dan Digital	1.196.830.000	1,196,829,200	100	
9	Peliputan Pimpinan Untuk Publikasi Media Sosial	2.807.761.000	2.793.031.511	99,48	

BAB V PENUTUP

Biro Komunikasi merupakan salah satu Unit Kerja Eselon II yang menempati posisi strategis sebagai unsur pelaksana dalam memberikan layanan pembinaan dan pemberian dukungan informasi publik, hubungan masyarakat, pengelolaan media digital, dan produksi konten di lingkungan Sekretariat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif /Sekretariat Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Melalui peran tersebut diharapkan dapat diimplementasikan dalam proses manajemen kinerja dan memberikan kontribusi dalam rangka mencapai visi dan misi Kementerian di lingkungan Sekretariat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif /Sekretariat Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, sehingga capaian kerjanya (*output*) dapat dipertanggungjawabkan

Bahwa secara umum, sub kegiatan dan aktivitas selama 1 (satu) tahun di tahun 2022 yang telah direncanakan sebelumnya telah dilaksanakan dalam rangka menunjang pelaksanaan tugas dan fungsi guna mencapai target kinerja Biro Komunikasi yang telah ditentukan sebelumnya, selain itu Biro Komunikasi saat ini menempati posisi strategis sebagai unsur pelaksana dalam memberikan pelayanan dan publikasi informasi di lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta mempunyai tugas melaksanakan pembinaan dan pemberian dukungan informasi publik, hubungan masyarakat, pengelolaan media digital, dan produksi konten terkait informasi produk kebijakan dan program di lingkungan Kementerian/Badan, serta pelaksanaan urusan administrasi biro, dalam rangka mencapai visi dan misi Kementerian.

Melalui peran strategisnya di bidang komunikasi diharapkan penganggaran berbasis kinerja dapat diimplementasikan dalam proses manajemen kinerja di lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, sehingga capaian kerjanya (*output*) dapat dipertanggungjawabkan. Dengan adanya peningkatan koordinasi antar bagian di lingkungan Biro Komunikasi pada tataran pelaksanaan kegiatan dan aktivitas, menjadikan capaian atas pelaksanaan kegiatan dan aktivitas tersebut dapat berjalan dengan baik dan lancar, sehingga target-target yang telah direncanakan sebelumnya dapat dicapai dan yang telah ditetapkan. Seiring

perjalanan waktu, Biro Komunikasi mengalami perubahan anggaran yang semula sesuai Perjanjian Kinerja yaitu **Rp.52,179,647,000,00** (Lima puluh dua milyar seratus tujuh puluh sembilan juta enam ratus empat puluh tujuh ribu rupiah), dana yang telah terserap adalah sebesar **Rp. 52,118,971,276,00** (Lima puluh dua milyar seratus delapan belas juta sembilan ratus tujuh puluh satu ribu dua ratus tujuh puluh enam rupiah) atau **99,88%** (realisasi anggaran tahun 2022) dengan capaian kinerja sebesar 100%.

Alokasi anggaran tersebut disediakan untuk melaksanakan tugas dan fungsi Biro Komunikasi pada tahun anggaran 2022, upaya dan kerja keras dari seluruh jajaran pejabat dan staf, diharapkan capaian kinerja dapat dicapai dengan baik melalui pelaksanaan serangkaian kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan secara akuntabel.