

wonderful
indonesia



Laporan Kinerja Biro Komunikasi Tahun 2023

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/
Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
Republik Indonesia

Kata Pengantar



Penyusunan Laporan Kinerja Biro Komunikasi Tahun 2023 berpedoman pada Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2014 tentang Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah, Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No 53 Tahun 2014 tentang Petunjuk Teknis Perjanjian Kinerja, Pelaporan Kinerja dan Tata Cara Reviu Atas Laporan Kinerja Instansi Pemerintah.

Laporan Kinerja Biro Komunikasi Sekretariat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2023 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 2023, perkembangan capaian kinerja terhadap kinerja, 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 anggarannya.

Kepada semua pihak yang telah memberikan partisipasinya terhadap penyusunan laporan ini, kami mengucapkan terima kasih.

Semoga Laporan Kinerja ini bermanfaat bagi semua pemangku kepentingan dan dapat menjadi bahan evaluasi dalam perencanaan program dan anggaran, peningkatan tata kelola, serta peningkatan kinerja pada tahun mendatang.



Kepala Biro Komunikasi

Gusti Ayu Dewi Hendriyani

Daftar Isi

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	1
IKHTISAR EKSEKUTIF	2
BAB I. PENDAHULUAN	5
A. Latar Belakang	5
B. Tugas, Fungsi dan Struktur Organisasi	8
C. Mandat dan Isu-isu Strategis	10
D. Sistematika Laporan	12
BAB II. PERENCANAAN KINERJA	13
A. Rencana Strategis	13
B. Rencana Kerja dan Anggaran Tahun 2023	16
C. Perjanjian Kinerja Tahun 2023	19
BAB III. AKUNTABILITAS KINERJA	21
A. Capaian Kinerja Organisasi	21
B. Realisasi Anggaran Tahun 2023	92
C. Efisiensi Penggunaan Sumber Daya	95
D. Kinerja Lain-lain	96
E. Evaluasi Internal	99
BAB IV. PENUTUP	100
A. Kesimpulan	101
B. Rekomendasi/Langkah-langkah untuk perbaikan yang akan datang	102
PENGHARGAAN	103

IKHTISAR EKSEKUTIF

Salah satu implementasi atas azas penyelenggaraan pemerintahan yang baik (*good governance*) sebagaimana tertuang dalam Peraturan Presiden Nomor 29 Tahun 2014 dan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 53 Tahun 2014 tentang Petunjuk Teknis Perjanjian Kinerja, Pelaporan



Kinerja, dan Tata Cara Reviu atas Laporan Kinerja Instansi Pemerintah, disebutkan bahwa Laporan Kinerja merupakan perwujudan dari akuntabilitas instansi pemerintah, setiap instansi pemerintah diwajibkan menyusun Laporan Kinerja (LAKIN) sebagai pertanggungjawaban atas pencapaian tujuan dan sasaran strategis instansi, baik berupa pertanggung jawaban *output* (keluaran), *outcome* (hasil) yang diteruskan sampai kepada *benefit* (manfaat) dan *impact* (dampak)

dari kegiatan yang dipertanggungjawabkan, baik dari segi keberhasilan maupun kegagalan. Ada tiga fase utama sebuah pemerintahan dinamis, yakni perbaikan internal pemerintah, peningkatan layanan publik, dan pemerintahan yang memperhatikan kebutuhan adaptif masyarakatnya (*greater democracy*).

Penyusunan Laporan Kinerja (LAKIN) ini merupakan sesuai dengan tugas dan fungsi Biro Komunikasi TA. 2023 kemudian menjadi wujud pertanggungjawaban atas pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan selama TA. 2023 (1 Januari s.d. 31 Desember 2023). Selain memuat pencapaian kinerja, Laporan Kinerja Biro Komunikasi juga memuat pertanggungjawaban atas realisasi anggaran yang telah digunakan. Penyusunan Laporan Kinerja Biro Komunikasi Tahun 2023 ini dapat memberikan informasi kinerja yang terukur kepada pemberi mandat/pengambil kebijakan 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. Adapun progres dan pengumpulan capaian kinerja dilakukan secara berkala oleh seluruh tim kerja di lingkungan Biro Komunikasi dengan cara menyampaikan perkembangan pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) dan dilakukan pembahasan bersama dengan konsep kolaborasi, adaptasi, dan inovasi serta semangat 3G (Gercep, Geber, Gaspol).

Adapun tujuan penyusunan LAKIN adalah untuk menggambarkan penerapan Rencana Strategis (Renstra) dalam pelaksanaan tugas dan fungsi organisasi di masing-masing satuan kerja pada kementerian/lembaga, serta keberhasilan capaian sasaran saat ini untuk percepatan dalam meningkatkan kualitas capaian kinerja yang diharapkan pada tahun yang akan datang. Melalui penyusunan LAKIN dapat memberikan gambaran penerapan prinsip-prinsip *good governance*, yaitu dalam rangka terwujudnya transparansi dan akuntabilitas di lingkungan Biro Komunikasi Sekretariat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sebagai sebuah organisasi, instansi pemerintah semakin dituntut untuk memperlihatkan keberhasilan dalam pencapaian tugas dan fungsi. Keberhasilan sebuah organisasi banyak dipengaruhi oleh kemampuan untuk menyampaikan informasi secara akuntabel, faktual, dan transparan bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

**INDIKATOR KINERJA UTAMA (IKU)
BIRO KOMUNIKASI KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF
TAHUN 2023**

NO	SASARAN PROGRAM/KEGIATAN	INDIKATOR KINERJA UTAMA (IKU)	TARGET
1	Meningkatnya kualitas layanan komunikasi publik	1. Indeks Kualitas Layanan Publik (Skala Likert 1-4)	3,3
		2. Indeks Tingkat Kepatuhan Standar Pelayanan (%)	82
2	Terwujudnya Citra Positif Kemenparekraf/Baparekraf di Media Cetak dan Elektronik Nasional dan Internasional	1. Rasio Berita Positif terkait Kemenparekraf/Baparekraf terhadap Total Berita terkait Kemenparekraf/Baparekraf yang dipublikasikan pada Media Cetak, Elektronik dan Online di Nasional dan Internasional (%)	87
3	Terwujudnya Keterbukaan Informasi Publik di Kemenparekraf/Baparekraf	1. Nilai Keterbukaan Informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Skor 0-100)	92
4	Meningkatnya Kepuasan Unit Eselon I Terhadap Layanan Biro Komunikasi	1. Tingkat Kepuasan Satker terhadap Layanan Biro Komunikasi (Skala Likert 1-4)	3,4

LAKIN ini menjadi prioritas bagi peningkatan kinerja Biro Komunikasi, sebagai strategi pemecahan masalah yang akan dijadikan masukan atau sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan rencana kinerja yang akan datang.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Biro Komunikasi merupakan unit kerja eselon II dibawah Sekretariat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang menyelenggarakan tugas dan fungsi antara lain, melaksanakan pembinaan dan pemberian dukungan informasi publik, hubungan masyarakat, pengelolaan media digital, produksi konten dan media monitoring. Biro Komunikasi akan terus memberikan pelayanan prima yang akuntabel dan transparan.

Setiap instansi pemerintah mempunyai kewajiban menyusun Laporan Kinerja sebagaimana yang telah diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 29 Tahun 2014 tentang sistem akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah.

Sesuai dengan 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 (1), yang menyebutkan Biro Komunikasi adalah unsur penunjang yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Menparekraf/Kabaparekraf melalui Sekretaris Kementerian/Sekretaris Utama, yang 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.





Foto: Biro Pers Sekretariat Presiden



“Hanya dengan pemerintah yang terbuka kita akan mampu mendorong partisipasi rakyat, partisipasi masyarakat untuk terlibat dari proses pengambilan kebijakan publik sampai dengan membuka ruang yang lebar bagi pengawasan oleh masyarakat”.

— *Presiden Joko Widodo*

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia, dimana pariwisata menjadi salah satu dari 3 (tiga) besar penyumbang devisa untuk negara, setelah Migas dan kelapa sawit. Selain itu, sektor ekonomi kreatif Indonesia juga memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan dan menduduki peringkat ke-3 (tiga) dunia setelah Amerika dan Korea Selatan.

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 pertanggungjawaban secara periodik.

STRATEGI KOMUNIKASI BIRO KOMUNIKASI TAHUN 2023



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.

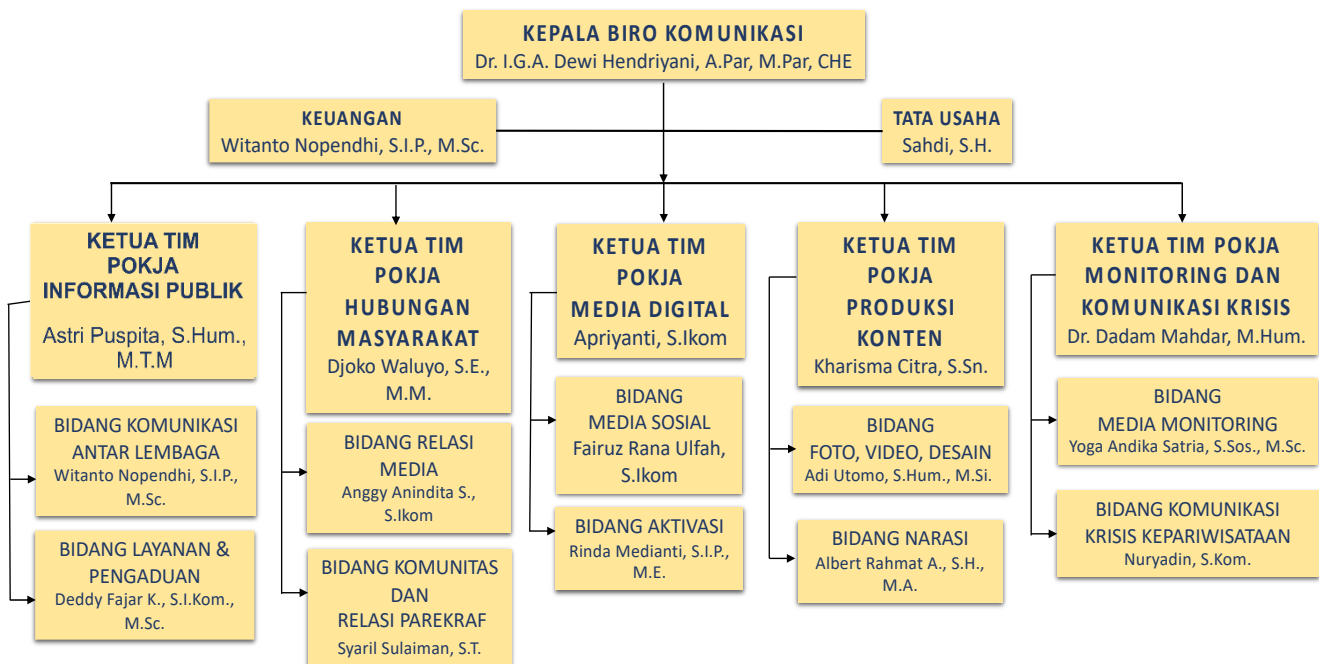
Untuk meningkatkan kapasitas dalam melaksanakan pelayanan informasi publik yang diamanatkan UU KIP, Biro Komunikasi menjalankan tugas dan fungsinya memberikan pelayanan informasi yang mudah, cepat, dan sederhana untuk mendukung pelayanan informasi bagi publik. Dalam memberikan akses kepada publik atas informasi yang berkaitan dengan kewajibannya selaku badan publik, sistem PPID mengatur mekanisme penyediaan dan penyajian informasi secara komprehensif dan menjadi standard prosedur pelayanan informasi pariwisata dan ekonomi kreatif.

DASAR HUKUM PENYUSUNAN LAPORAN KINERJA



B. Tugas, Fungsi dan Struktur Organisasi

Struktur Organisasi Biro Komunikasi TA. 2023



Berdasarkan 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/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 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.

Organisasi Biro Komunikasi berubah seiring dengan dengan Keputusan Sekretariat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Sekretariat Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor SK/1/KP.15/S/2023 Tentang Tim Kerja di Lingkungan Sekretariat Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/Sekretariat Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2023 tanggal 11 Januari 2023. Biro Komunikasi dibantu oleh 5 (lima) Tim Kerja yaitu Tim kerja yang terdiri dari Tim Kerja Informasi Publik, Tim Kerja Hubungan Masyarakat, Tim Kerja Bidang Media Digital, Tim Bidang Produksi Konten, Tim Bidang Monitoring dan Komunikasi Krisis dan Tim Kerja Urusan Ke-Tata Usahaan Biro.

1. Tim Kerja Informasi Publik

- a. Melaksanakan urusan pelayanan informasi dan pengaduan berupa pelayanan dan penyajian informasi publik, koordinasi pengelolaan informasi publik, pelayanan pengaduan masyarakat, dan pengembangan dan pengelolaan system manajemen informasi;
- b. Melaksanakan urusan komunikasi antar lembaga berupa komunikasi lembaga pemerintah dan nonpemerintah, koordinasi penyiapan dan finalisasi bahan Rapat Pimpinan, Rapat Koordinasi, Rapat Terbatas, Rapat Kerja, Rapat Dengar Pendapat dan sidang kabinet.

2. Tim Kerja Hubungan Masyarakat

- a. Melaksanakan pengelolaan publikasi dan hubungan dengan media serta peliputan jurnalis;
- b. Melaksanakan pengelolaan hubungan masyarakat melalui pengembangan komunitas dan relasi pariwisata dan ekonomi kreatif.

3. Tim Kerja Produksi Konten

- a. Melaksanakan penyusunan bahan dan produksi narasi;
- b. Melaksanakan peningkatan kapasitas teknis peliputan, pengolahan foto dan video, serta desain grafis terkait informasi produk kebijakan dan program.

4. Tim Kerja Media Digital

- a. Melaksanakan pengelolaan dan publikasi di media sosial;
- b. Melaksanakan program aktivasi.

5. Tim Kerja Monitoring dan Komunikasi Krisis

- a. Melaksanakan penyusunan kebijakan komunikasi krisis kepariwisataan, koordinasi dan fasilitasi pencegahan, penanganan, evaluasi, dan dokumentasi krisis;
- b. Melaksanakan pengumpulan, pemantauan, pengolahan, serta analisis berita dan media (*paid and owned*), pengembangan opini publik, dan diseminasi kebijakan hasil analisis.

C. Mandat dan Peran Strategis serta Permasalahan Utama

Keterbukaan informasi publik merupakan kewajiban setiap Badan Publik menjadi bagian penting dalam reformasi birokrasi. Bagi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Baparekraf, keterbukaan informasi publik memiliki peran penting dimana masyarakat dapat berpartisipasi dalam perumusan kebijakan pemerintah.

Keterbukaan informasi publik menjadi bagian penting dari semua area dari reformasi birokrasi, karena dari semua hal ada kaitannya, tentang bagaimana kita menginformasikan kepada publik mengenai kinerja, dalam konteks perumusan, koordinasi dan sinkronisasi, serta evaluasi kebijakan khusus bidang Komunikasi.

Keterbukaan informasi publik ini tidak hanya memberikan informasi kepada masyarakat, menurut *Averrouce* keterbukaan informasi publik berkaitan erat dalam hal pertanggungjawaban kinerja. “Dalam kaitan akuntabilitas kinerja kita mendorong keterbukaan ini untuk menyampaikan kerja-kerja, kinerja dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Baparekraf untuk disampaikan kepada masyarakat.

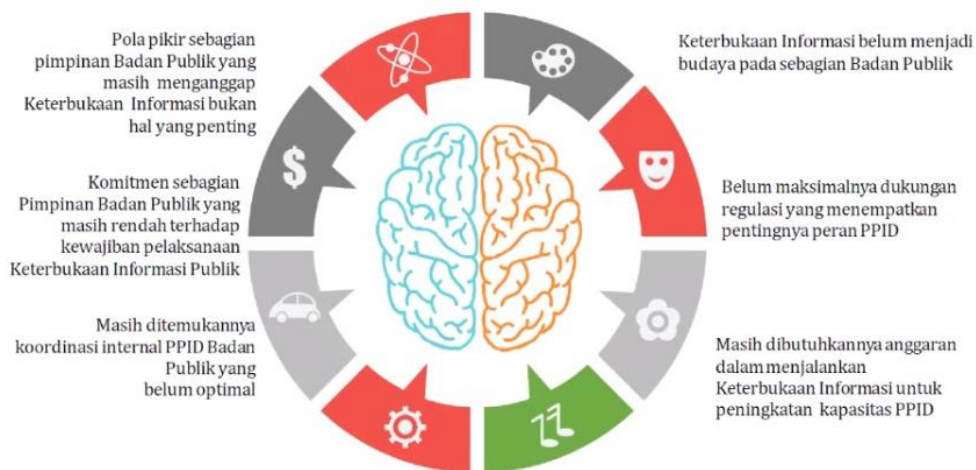
Melalui keterbukaan informasi publik, masyarakat juga dapat memberikan *input*, saran, dan masukan kepada pemerintah. “Keterbukaan informasi publik menjadi peluang masyarakat untuk meningkatkan peran serta dalam penyelenggaraan negara, mendorong untuk pengolahan pelayanan informasi semakin lebih baik.

Upaya untuk meningkatkan Peran Strategis Isu-isu/Peristiwa Utama (*Strategic Issues*) Biro Komunikasi Sekretariat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Sekretariat Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam melaksanakan tugas dan fungsinya memiliki peran strategis antara lain:

1. Meningkatkan kualitas layanan komunikasi publik;
2. Mewujudkan citra positif Kemenparekraf/Baparekraf di media cetak dan elektronik nasional dan internasional;
3. Mewujudkan keterbukaan informasi publik di Kemenparekraf/Baparekraf;
4. Meningkatkan kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi.



Kendala yang masih di hadapi dalam Keterbukaan Informasi



D. Sistematika Laporan

Laporan Kinerja Biro Komunikasi tahun 2023, selain untuk menjelaskan capaian, mengevaluasi dan menginformasikan sasaran strategis pada periode akhir Rencana Strategis serta permasalahan dan kendala yang terjadi selama tahun 2023. Laporan kinerja 2023 juga dapat digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan program atau kegiatan pada tahun berikutnya.

Laporan Kinerja ini disusun dengan sistematika berikut:

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang/gambaran umum
- B. Tugas, Fungsi, dan Struktur Organisasi
- C. Mandat dan Peran Strategis serta permasalahan utama
- D. Sistematika Laporan

BAB II PERENCANAAN KINERJA

- A. Rencana Strategis
- B. Rencana Kerja dan Anggaran 2023
- C. Perjanjian Kinerja Tahun 2023

BAB III AKUNTABILITAS KINERJA

- A. Capaian Kinerja Organisasi
- B. Realisasi Anggaran 2023
- C. Efisiensi Penggunaan Sumber Daya
- D. Kinerja Lain-Lain
- E. Evaluasi Internal

BAB IV PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Rekomendasi/Langkah-langkah untuk perbaikan yang akan datang

LAMPIRAN

BAB II PERENCANAAN KINERJA

A. Rencana Strategis

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

Salah satu wujud upaya mengetahui dan meningkatkan kinerja pemerintah yaitu adanya kewajiban bagi setiap unit-unit kerja di instansi pemerintah untuk selalu membuat Laporan Kinerja. 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 ke depan, 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 perencanaan program, penganggaran serta evaluasi dan pelaporan program. Perubahan yang mempengaruhi lingkungan strategis 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-sumber daya dan dana organisasi dalam melaksanakan program dan kegiatan yang ditetapkan dalam Rencana Strategis Sekretariat Kementerian/Sekretariat Utama Kemenparekraf Tahun 2020 - 2024 dan Rencana Kinerja Tahun 2023. Target Perjanjian Kinerja Biro Komunikasi tahun 2023 dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan dalam Renstra Sekretariat Kementerian/Sekretariat Utama Kemenparekraf Tahun 2020 - 2024.

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 Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Sekretariat Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif merupakan pendelegasian yang dilakukan berdasarkan Sasaran Strategis Kemenparekraf/Baparekraf 2020 - 2024.

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

1. 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.
2. 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.

- 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

“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 2021-2024 memperhatikan ketiga sasaran nasional (makro) tersebut. Ketiga sasaran tersebut dicapai melalui implementasi 8 (delapan) area perubahan.

Nilai Reformasi Birokrasi yang menjadi salah satu indikator kinerja utama Sekretariat Kementerian/Sekretariat Utama Kemenparekraf Tahun 2023 yang mengacu pada 8 (delapan) area perubahan sebagaimana diatur dalam PermenPANRB Nomor 25 Tahun 2020 tentang *Road Map* Reformasi Birokrasi Nasional Tahun 2020-2024, yaitu:

1. Bidang manajemen perubahan (*culture set* dan *mindset*), dengan tujuan agar terwujudnya birokrasi dengan integritas dan kinerja yang tinggi;
2. Bidang deregulasi kebijakan, dengan tujuan agar terwujudnya regulasi yang tertib, tidak tumpang tindih dan kondusif;
3. Bidang penguatan organisasi, dengan hasil yang ingin dicapai terwujudnya organisasi yang tepat fungsi dan tepat ukuran (*right sizing*);
4. Bidang penguatan tata laksana, dengan tujuan agar terwujudnya sistem, proses dan prosedur kerja yang jelas, efektif, efisien, terukur dan sesuai dengan prinsip-prinsip good governance;
5. Bidang penguatan sistem manajemen sumber daya manusia aparatur, dengan hasil yang ingin dicapai terwujudnya SDM aparatur yang berintegritas, netral, kompeten, capable, profesional, berkinerja tinggi dan sejahtera;
6. Bidang penguatan pengawasan, dengan tujuan agar meningkatnya penyelenggaraan pemerintahan yang bersih dan bebas KKN;
7. Bidang penguatan akuntabilitas, dengan tujuan agar meningkatnya kapasitas dan akuntabilitas kinerja operasional; dan
8. Bidang peningkatan kualitas pelayanan publik, dengan tujuan agar terwujudnya pelayanan prima sesuai kebutuhan dan harapan masyarakat.

B. Rencana Kerja dan Anggaran Tahun 2023

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No.1 Tahun 2021, Biro Komunikasi merupakan unit

kerja di bawah Sekretariat Kementerian yang dalam melaksanakan tugas dan fungsinya melaksanakan pembinaan dan pemberian dukungan informasi publik, hubungan masyarakat, pengelolaan media digital, produksi konten, serta media monitoring dan komunikasi krisis terkait informasi produk kebijakan dan program di lingkungan Kementerian/Badan, serta pelaksanaan urusan administrasi Biro.

Prinsip-prinsip ini akan menjadi acuan bagi segenap pejabat/pegawai Biro Komunikasi dalam melaksanakan setiap tugas dan fungsi yang sudah diamanatkan oleh organisasi.

Tabel Pagu Anggaran Biro Komunikasi Tahun Anggaran 2023

Uraian		Pagu Anggaran
Peningkatan Layanan Komunikasi Publik		58,179,113,000
A	051 Hubungan Masyarakat	20,414,363,000
1	Peningkatan PR-Ing Kinerja Kemenparekraf	4,127,783,000
2	Jumpa Pers Akhir Tahun	799,770,000
3	Penyelenggaraan Publikasi dan Pemberitaan	8,624,920,000
4	Press Tour	215,227,000
5	Intelijen Media Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	595,200,000
6	Monitoring dan Analisis Berita	3,086,649,000
7	Pengembangan Opini Publik Terhadap Citra Parekraf	21,396,000
8	Sosialisasi Informasi Dan Kebijakan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Melalui Komunitas	1,738,462,000
9	Event Menjaring Komunitas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	880,447,000
10	Community Trip	44,820,000
11	Penyelenggaraan Publikasi Melalui Pameran	16,739,000
12	Forum Komunikasi Kehumasan	262,950,000
B	052 Penyediaan Informasi Publik	8,471,219,000
1	Kordinasi Antar Mitra Kerja Pemerintah	1,755,945,000
2	Peningkatan Hubungan Kerja Sama Dengan Mitra Kerja	872,225,000
3	Pengelolaan Layanan Informasi dan Komunikasi Publik	2,322,764,000
4	Peningkatan Kapasitas SDM Informasi dan Layanan Publik	379,640,000
5	Monitoring dan Evaluasi Informasi Publik Kemenparekraf/Baparekraf Tahun 2023	660,226,000

6	Pemantauan dan Pencegahan Krisis Parekraf	2,023,569,000
7	Peningkatan Kompetensi Komunikasi Krisis Parekraf	245,376,000
8	Evaluasi dan Dokumentasi Komunikasi Krisis Parekraf	211,474,000
C	053 Produksi Konten	12,179,054,000
1	Penyediaan Informasi Kepariwisata Melalui Pesona Emagazine	160,733,000
2	Penyiapan Bahan Publikasi Narasi	2,332,016,000
3	Pendampingan dan Peliputan Kegiatan Program Kerja Kementerian	3,862,756,000
4	Penyelenggaraan Sistem Pengelolaan Dokumentasi Kemenparekraf	2,396,812,000
5	Pembuatan Konten Grafis Kebijakan dan Program Kerja Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif	3,162,276,000
6	Pembuatan Materi Grafis Pedoman dan Pelayanan Publik	264,461,000
D	054 Media Digital	14,300,825,000
1	Evaluasi Efektivitas Pemuatan dan Penayangan Informasi Kebijakan dan Kinerja Kemenparekraf di Media Digital	13,000,000
2	Penyajian Informasi Kinerja dan Kebijakan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Melalui Website	1,091,419,000
3	Penyajian Konten Informasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Melalui Videotron dan Digital Poster	1,500,242,000
4	Peningkatan Pemahaman Terkait Kompetensi Digital	289,350,000
5	Penyelenggaraan Kompetisi Digital	888,471,000
6	Aktivasi Media Sosial dan Website Kemenparekraf	1,384,207,000
7	Penyediaan Informasi Tentang Kebijakan dan Program Kemenparekraf Melalui Media Sosial	5,164,952,000
8	Penayangan dan Pemuatan Informasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Media Sosial dan Digital	2,130,451,000
9	Peliputan Pimpinan Untuk Publikasi Media Sosial	1,131,589,000
10	Peningkatan Pemahaman Media Sosial Terkait Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	707,144,000
E	055 Administrasi Tata Usaha	2,813,652,000

C. Perjanjian Kinerja Biro Komunikasi TA. 2023

Sebagai salah satu unit kerja, Biro Komunikasi menyusun Perjanjian Kinerja sebagai dasar penilaian atas keberhasilan maupun kegagalan pencapaian target kinerja sebagai bagian dari pencapaian tujuan dan sasaran organisasi. Selaras dengan IKU, Biro Komunikasi menetapkan Perjanjian Kinerja sebagai berikut:

PERJANJIAN KINERJA BIRO KOMUNIKASI TAHUN 2023

NO	SASARAN PROGRAM/KEGIATAN	INDIKATOR KINERJA	TARGET
1	Meningkatnya kualitas layanan komunikasi publik	1. Indeks Kualitas Layanan Publik (Skala Likert 1-4)	3,3
		2. Indeks Tingkat Kepatuhan Standar Pelayanan (%)	82
2	Terwujudnya Citra Positif Kemenparekraf/Baparekraf di Media Cetak dan Elektronik Nasional dan Internasional	1. Rasio Berita Positif terkait Kemenparekraf/Baparekraf terhadap Total Berita terkait Kemenparekraf/Baparekraf yang dipublikasikan pada Media Cetak, Elektronik dan Online di Nasional dan Internasional (%)	87
3	Terwujudnya Keterbukaan Informasi Publik di Kemenparekraf/Baparekraf	1. Nilai Keterbukaan Informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Skor 0-100)	92
4	Meningkatnya Kepuasan Unit Eselon I Terhadap Layanan Biro Komunikasi	1. Tingkat Kepuasan Satker terhadap Layanan Biro Komunikasi (Skala Likert 1-4)	3,4

Kegiatan	Anggaran
1. Peningkatan Layanan Komunikasi Publik	Rp 58.179.113.000
Total	Rp 58.179.113.000

Jakarta, Januari 2023

Sekretaris Kementerian

Kepala Biro Komunikasi




Ni Wayan Giri Adnyani

I Gusti Ayu Dewi Hendriyani

Perjanjian kinerja merupakan lembar/dokumen yang berisikan penugasan dari pimpinan instansi yang lebih tinggi kepada pimpinan instansi yang lebih rendah untuk melaksanakan program dan kegiatan yang dilengkapi dengan indikator kinerja. Perjanjian Kinerja juga dilengkapi dengan jumlah alokasi anggaran yang digunakan untuk mendanai pelaksanaan pencapaian kinerja. Hal ini menandai adanya anggaran berbasis kinerja dalam suatu organisasi, dimana anggaran disusun berdasarkan target kinerja yang akan dicapai pada tahun berjalan.

Berdasarkan Perjanjian Kinerja (PK) yang telah disepakati oleh kedua belah pihak antara Kepala Biro Komunikasi dengan Sekretariat Kementerian/Sekretariat Utama kesepakatan tersebut terdiri dari 4 (empat) sasaran, 5 (lima) Indikator Kinerja Utama dengan target, yang didukung dengan alokasi anggaran sebesar **Rp58.179.113.000,00 (Lima puluh delapan miliar seratus tujuh puluh sembilan juta seratus tiga belas ribu rupiah)**. Dengan demikian, tugas dan fungsi, wewenang dan tanggungjawab (*core area*) Biro Komunikasi dapat diwujudkan dalam rangka mencapai Visi dan Misi.

Alokasi anggaran tersebut disediakan untuk melaksanakan tugas pokok dan fungsinya Biro Komunikasi pada tahun anggaran 2023, 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.

BAB III AKUNTABILITAS KINERJA

A. Capaian Kinerja Organisasi

Rencana Strategis Sekretaris 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 dilaksanakan oleh Biro Komunikasi melalui berbagai kegiatan secara tahunan termasuk di dalamnya adalah Perjanjian Kinerja tahun 2023 yang merupakan proses perencanaan kinerja yang didokumentasikan dalam Rencana Kinerja Tahunan. Di dalam Rencana Kinerja Tahunan ditetapkan target kinerja tahun 2023 untuk seluruh indikator kinerja yang ada pada tingkat sasaran dan kegiatan. Target kinerja ini

menjadi komitmen untuk dicapai oleh Biro Komunikasi di tahun 2023. Hubungan antara rencana kinerja tahunan, perjanjian kinerja, dan Laporan Kinerja (LAKIN) dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

REALISASI CAPAIAN KINERJA BIRO KOMUNIKASI TAHUN 2023

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA	TARGET	REALISASI
1.	Meningkatnya kualitas Layanan Komunikasi Publik	a. Indeks Kualitas Layanan Publik	3,3	4,18
		b. Indeks Tingkat Kepatuhan Standar Pelayanan	82%	82,57
2.	Terwujudnya citra positif Kemenparekraf/Baparekraf di media cetak dan elektronik nasional dan internasional	Rasio Berita Positif Terkait Kemenparekraf Terhadap Total Berita Terkait Kemenparekraf Yang Dipublikasikan Pada Media Cetak Dan Elektronik dan Online di Nasional dan Internasional	87%	97,48%
3.	Terwujudnya keterbukaan informasi publik di Kemenparekraf	Nilai keterbukaan informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	92	91,63 (Kategori Informatif dari KIP)
4.	Meningkatnya kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi	Tingkat Kepuasan Satker Terhadap Biro Komunikasi	3,4	3,43

Dengan demikian, Perjanjian Kinerja 2023 Biro Komunikasi merupakan dokumen yang menyajikan target kinerja untuk tahun 2023 dan merupakan bentuk komitmen penuh organisasi untuk mencapai kinerja yang sebaik-baiknya sebagai bagian dari upaya memenuhi misi organisasi.

Merujuk pada Dokumen Perjanjian Kinerja (PK) Tahun 2023 yang telah ditandatangani pada bulan Januari 2023, Biro Komunikasi mencatat sejumlah capaian strategis dari 5 (lima) Indikator Kinerja Utama (IKU) meningkat setiap tahunnya, walaupun masih ada yang belum tercapai terkait Indikator “Nilai keterbukaan informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif” melalui 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.

Kemendikbud berupaya semaksimal mungkin memanfaatkan media sosial untuk mensosialisasikan kebijakan serta membangun citra positif lembaga. Kemendikbud menggunakan media sosial berbasis web dan mobile guna membangun komunikasi yang bersifat interaktif, diantaranya Instagram, Facebook, Twitter, Youtube dan Tiktok. Persandingan Capaian Indikator Kinerja Utama (IKU) Biro Komunikasi Tahun 2021-2024 tersebut dapat dilihat pada tabel berikut dibawah ini:

**PERSANDINGAN CAPAIAN REALISASI INDIKATOR KINERJA BIRO KOMUNIKASI
TAHUN 2021 - 2024**

NO	SASARAN	INDIKATOR KINERJA	TARGET			REALISASI				
			2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023	2024
1.	Meningkatnya kualitas Layanan Komunikasi Publik	Indeks Kualitas Layanan Publik	3,1	3,2	3,3%	3,4	3,37	4,54	4,18	N/A
		Indeks Tingkat Kepatuhan Standar Pelayanan	80%	81%	82%	83%	95%	94%	82,57 %	N/A
2.	Terwujudnya citra positif Kemenparekraf/BK di media cetak dan elektronik nasional dan internasional	Rasio Berita Positif Terkait Kemenparekraf Terhadap Total Berita Terkait Kemenparekraf Yang Dipublikasikan Pada Media	78%	83%	87%	90%	84,97%	86,27%	97,48%	N/A

		Cetak Dan Elektronik dan Online di Nasional dan Internasional								
3.	Terwujudnya keterbukaan informasi publik di Kemenparekraf	Nilai keterbukaan informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	90%	91%	92%	93%	98,10%	94,78%	91,63%	N/A
4.	Meningkatnya kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi	Tingkat Kepuasan Satker Terhadap Biro Komunikasi	3,2	3,3	3,4	3,5	3,6	3,4	3,43	N/A

Persandingan Target dan Realisasi Tahun 2021 s.d 2023 pada Sasaran kegiatan Meningkatkan kualitas Layanan Komunikasi Publik, Indikator Kinerja Indeks Kualitas Layanan Publik dan Indikator Kinerja Indeks Tingkat Kepatuhan Standar Pelayanan sebagai berikut :

SASARAN	INDIKATOR KINERJA	TARGET			REALISASI				
		2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023	2024
Meningkatnya kualitas Layanan Komunikasi Publik	Indeks Kualitas Layanan Publik	3,1	3,2	3,3%	3,4	3,37	4,54	4,18	N/A
	Indeks Tingkat Kepatuhan Standar Pelayanan	80%	81%	82%	83%	95%	94%	82,57%	N/A

Merujuk tabel diatas, pada tahun 2021 s.d 2023 capaian Indikator Kinerja Indeks Kualitas Layanan Publik capaiannya mengalami kenaikan (skala likert) atau dengan Mutu Pelayanan dan Kinerja Unit Pelayanan dengan nilai B (Baik) dengan target

yang ditetapkan sesuai survey Pelaksanaan SKM mengacu pada PermenPAN RB Nomor 14 Tahun 2017 Tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik dan Konversi nilai IKM.

Nilai persepsi	Nilai interval (NI)	Nilai interval konversi (NIK)	Mutu Pelayanan (x)	Kinerja Unit Pelayanan (y)
1	1,00 – 2,5996	25,00 – 64,99	D	Tidak baik
2	2,60 – 3,064	65,00 – 76,60	C	Kurang baik
3	3,0644 – 3,532	76,61 – 88,30	B	Baik
4	3,5324 – 4,00	83,31 – 100	A	Sangat Baik

sedangkan Indikator Kinerja Indeks Tingkat Kepatuhan Standar Pelayanan tercapai sebesar 95% dengan target sebesar 80%

Penilaian kepatuhan terhadap standar pelayanan publik tersebut perlu diketahui masyarakat, setidaknya untuk mencermati komitmen Kementerian/Lembaga dalam melaksanakan amanat Presiden melalui Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2015, yang menuntut Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah untuk mematuhi UU No 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik. Kementerian/Lembaga adalah contoh instansi penyelenggara negara yang berada di pusat dan menjadi wajah Indonesia bagi negara-negara asing yang berkunjung, sehingga kualitas pelayanan publik setidaknya tidak berada di zona kuning, apalagi zona merah. Dalam hal ini, Kementerian/Lembaga dapat memperbaiki diri dengan melakukan beberapa hal:

1. Memenuhi standar pelayanan publik;
2. Mengumumkan standar pelayanan publik kepada masyarakat;
3. Memberikan informasi dan ketersediaan layanan bagi masyarakat berkebutuhan khusus;
4. Memberikan informasi yang jelas mengenai produk layanan masing-masing Kementerian/Lembaga.

Penilaian kepatuhan terhadap standar layanan publik tersebut adalah salah satu tugas dan pengawasan yang dilakukan Ombudsman RI, selain tugas pokok lainnya berupa penyelesaian laporan masyarakat. Apabila Kepatuhan terhadap standar Pelayanan Publik ini dipenuhi instansi Penyelenggara Negara, maka sedikit banyaknya juga akan berdampak kepada percepatan penyelesaian laporan

masyarakat, karena adanya kepedulian yang tinggi dari Instansi penyelenggara negara. Ombudsman RI dengan berbagai kewenangan dalam pengawasan pelayanan publik akan terus melakukan pengawasan dan juga akan mencermati sikap proaktif yang harus ditunjukkan Instansi Penyelenggara negara untuk pemenuhan adanya standar layanan publik pada masing-masing Instansi.

Persandingan Target dan Realisasi Tahun 2021 s.d 2023 pada Sasaran kegiatan Meningkatnya kualitas Layanan Komunikasi Publik, 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 sebagai berikut :

SASARAN	INDIKATOR KINERJA	TARGET			REALISASI				
		2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023	2024
Meningkatnya kualitas Layanan Komunikasi Publik	Rasio Berita Positif Terkait Kemenparekr af Terhadap Total Berita Terkait Kemenparekr af Yang Dipublikasika n Pada Media Cetak Dan Elektronik dan Online di Nasional dan Internasional	78%	83%	87%	90%	84,97%	86,27%	97,48%	N/A

Merujuk tabel diatas, pada tahun 2021 s.d 2023 capaian Sasaran Meningkatnya kualitas Layanan Komunikasi Publik 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 mengalami kenaikan sejak Tahun 2021 s.d 2023.

Penilaian dari indikator diatas yaitu dengan:

1. Pemantauan terhadap media cetak skala nasional dan internasional
2. Pemantauan terhadap media elektronik skala nasional dan internasional
3. Pemantauan terhadap media online skala nasional dan internasional

Persandingan Target dan Realisasi Tahun 2021 s.d 2023 pada Sasaran kegiatan Terwujudnya keterbukaan informasi publik di Kemenparekraf, Indikator Kinerja Rasio Berita Positif Terkait Kemenparekraf dan Indikator Kinerja Nilai keterbukaan informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai berikut :

SASARAN	INDIKATOR KINERJA	TARGET			REALISASI				
		2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023	2024
Terwujudnya keterbukaan informasi publik di Kemenparekraf	Nilai keterbukaan informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	90%	91%	92%	93%	98,10%	94,78 %	91,63 %	N/A

Merujuk tabel diatas, pada tahun 2021 s.d 2023 capaian Sasaran kegiatan Terwujudnya keterbukaan informasi publik di Kemenparekraf, Indikator Kinerja Rasio Berita Positif Terkait Kemenparekraf dan Indikator Kinerja Nilai keterbukaan informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengalami kenaikan sejak Tahun 2021 s.d 2023.

Persandingan Target dan Realisasi Tahun 2021 s.d 2023 pada Sasaran kegiatan Meningkatnya kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi dan Indikator Kinerja Tingkat Kepuasan Satker Terhadap Biro Komunikasi sebagai berikut :

SASARAN	INDIKATOR KINERJA	TARGET			REALISASI				
		2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023	2024
Meningkatnya kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi	Tingkat Kepuasan Satker Terhadap Biro Komunikasi	3,2	3,3	3,4	3,5	3,6	3,4	3,43	N/A

Merujuk tabel diatas, pada tahun 2021 s.d 2023 capaian pada Sasaran kegiatan Meningkatnya kepuasan unit eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi dan Indikator Kinerja Tingkat Kepuasan Satker Terhadap Biro Komunikasi mengalami kenaikan sejak Tahun 2021 s.d 2023. capaian Indikator ini menggunakan Hasil survei kepuasan internal kepada Unit Eselon I Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Berikut analisis capaian kinerja dari Biro Komunikasi, berdasarkan masing-masing Indikator Kinerja yang telah ditetapkan dalam Perjanjian Kinerja Tahun 2023.

1. MENINGKATNYA KUALITAS LAYANAN KOMUNIKASI PUBLIK

Biro Komunikasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) berupaya meningkatkan kapasitasnya dalam melaksanakan pelayanan informasi publik yang diamanatkan UU Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Sesuai dengan amanat UU KIP tersebut, Biro Komunikasi harus dapat menjalankan tugas dan fungsinya dalam 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 Kemenparekraf/Baparekraf.

Pada tahun 2023 ini sasaran "**Meningkatnya Kualitas Layanan Komunikasi Publik**", yang ditandai oleh Indeks Kualitas Layanan Publik. Indikator keberhasilan sasaran, target, dan realisasinya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Persandingan Realisasi Indeks Kualitas Layanan Publik Tahun 2022-2023

No	Indikator	2022		2023		% Capaian
		Target	Realisasi	Target	Realisasi	
a.	Indeks Kualitas Layanan Publik	3,2	4,54	3,3	4,18	126

Berdasarkan data tersebut di atas, maka pencapaian Indikator **Indeks Kualitas Layanan Publik target** Tahun 2023 mengalami kenaikan dibandingkan dengan realisasi Tahun 2022 sebesar 4,54 dengan selisih 0,36.

Dalam rangka meningkatkan kualitas layanan publik Tahun 2023 telah dilaksanakan kegiatan-kegiatan untuk mendukung Indikator **Indeks Kualitas Layanan Publik**, sebagai berikut:

1) PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK

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 Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 11 Tahun 2020 tentang Pelayanan Informasi Publik di Lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf;
2. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 18 Tahun 2020 tentang Standar Pelayanan Publik di Lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf;
3. Keputusan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. SK/26/KK.00.00/MK/2023 Tentang Kelompok Kerja Pengelola Pelayanan Publik di Lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf;
4. Keputusan Sekretaris Kemenparekraf/Sekretaris Utama Baparekraf Nomor SK/87/KK.00/S/2023 Tentang Daftar Informasi Publik Yang Wajib Disediakan dan Diumumkan di Lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf;

- Keputusan Sekretaris Kemenparekraf/Sekretaris Utama Baparekraf Nomor SK/88/KK.00/S/2023 Tentang Daftar Informasi Yang Dikecualikan di Lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf.

2) PENINGKATAN KAPASITAS SDM INFORMASI DAN PELAYANAN PUBLIK DI LINGKUNGAN KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/BAPAREKRAF



Kegiatan Peningkatan Kapasitas SDM Informasi dan Pelayanan Publik Di Lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Baparekraf dibuka oleh Ni Wayan Giri Adnyani, Sekretaris Kementerian/Atasan PPID dengan menyampaikan bahwa

pelayanan publik terus bergerak secara dinamis sehingga pemerintah dituntut selalu mampu dan cepat beradaptasi dengan segala perubahan agar dapat memenuhi harapan dan kebutuhan masyarakat. Tahun lalu, Kemenparekraf/Baparekraf juga telah memperoleh Predikat Informatif Anugerah Keterbukaan Informasi Badan Publik dan berharap tidak terlena dan berpuas diri karena sifat pelayanan publik yang selalu dinamis mengikuti kebutuhan masyarakat. Sekretaris Kementerian juga mengapresiasi pelaksanaan kegiatan ini dengan harapan para peserta sebagai pelaksana pelayanan informasi publik di Kemenparekraf/Baparekraf mendapat tambahan pengetahuan dan kemampuan di bidang pelayanan publik yang nantinya akan berguna dalam meningkatkan pelayanan publik di Kemenparekraf/Baparekraf.



Dalam kegiatan ini Ibu I Gusti Ayu Dewi Hendriyani, Kepala Biro Komunikasi/PPID Utama menyampaikan bahwa membangun citra diri dalam optimalisasi pelayanan publik menjadi nilai yang harus dimiliki oleh SDM Kelompok Kerja pelayanan publik di lingkungan Kemenparekraf. Pelayanan kepada seluruh pemangku kepentingan di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif harus dapat menimbulkan citra positif bagi diri sendiri secara khusus, dan Kemenparekraf secara umum.

Kegiatan dilaksanakan di Swiss-Belcourt Bogor Jawa Barat tanggal 16-18 Maret 2023 dengan Narasumber dari Komisi Informasi Pusat, Kementerian PANRB, Kementerian Komunikasi dan Informatika serta Profesional dengan mengundang 55 orang anggota kelompok kerja pelayanan publik Kemenparekraf/Baparekraf.

3) SOSIALISASI MONITORING DAN EVALUASI PENGELOLAAN INFORMASI PUBLIK DI LINGKUNGAN KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF TAHUN 2023

Di era global ini terjadi banyak ketidakpastian karena pesatnya perkembangan teknologi. Indonesia diprediksi akan menjadi 4 besar kekuatan ekonomi dunia pada 2045 sehingga diperlukan pelayanan publik yang adaptif guna menjawab tantangan global tersebut. Ada tiga



fase yang hendak difokuskan yakni penguatan pelayanan publik, percepatan peningkatan layanan publik, dan fokus pada Pelayanan Publik Digital. Guna mencapai ketiga hal tersebut, dibutuhkan komitmen yang kuat agar pelayanan publik lebih berorientasi ke Masyarakat dan bersifat *both side service*. Selain itu, layanan publik juga harus bisa diakses dengan internet dari manapun. Tak hanya itu, standar pelayanan juga perlu diterapkan guna memberikan kepastian atas kualitas dan kinerja pelayanan. Maklumat pelayanan juga perlu dicantumkan sebagai pernyataan kesanggupan memberikan pelayanan kepada publik.

Portal pelayanan publik Indonesia Satu sehingga ke depannya cukup 1 akun untuk seluruh pelayanan publik. Tersedia pula aplikasi LAPOR yang telah terhubung dengan beragam instansi dan Lembaga di pusat maupun daerah dan memiliki persentase keterselesaian pengaduan sebesar 99 persen untuk topik pariwisata dan teknologi informasi. Inovasi pelayanan publik dilakukan dengan kompetisi inovasi antarpelayanan pemerintahan. Pelayanan yang berkualitas tentunya diperlukan dan harus aksesibel oleh seluruh publik terutama terkait penyediaan sarana prasarana untuk disabilitas.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk mengoptimalkan layanan pelayanan informasi publik di lingkungan Kemenparekraf. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi suatu penilaian atas kinerja dari masing-masing pelaksana PPID, baik Poltekpar maupun Badan Otorita. PPID Utama turut menyampaikan bahwa tahun 2022, Kemenparekraf berhasil mencapai predikat penilaian “INFORMATIF”.

Harapannya semoga di tahun 2023 ini mampu mempertahankan nilai tersebut bahkan akan lebih baik bila ditingkatkan. Bagi beliau, inti PPID adalah bagaimana insan ASN memberikan pelayanan informasi kepada publik seterang-terangnya sesuai dengan peraturan yang ada. Jangan sampai aturan malah menyusahkan pekerjaan kita, tetapi harus mampu mempermudah aktivitas kita khususnya untuk bekerja dalam memberikan pelayanan kepada publik. Seringkali kita terlalu cepat puas atas apa yang sudah dilakukan, tetapi lupa untuk mengevaluasi. Evaluasi diperlukan sebagai feedback dari banyak pihak termasuk antar PPID di Kemenparekraf. Sesmen meminta kepada Kepala Biro Komunikasi terkait bantuan yang diperlukan oleh PPID agar PPID Pusat maupun Pelaksana bisa berjalan di level yang sama. Selain itu, Sesmen juga ingin agar kinerja PPID Pelaksana terpantau terus dengan baik guna mendukung program kerja yang dimiliki oleh Kemenparekraf/Baparekraf. Kegiatan ini dilaksanakan di Hotel Merlyn Park Jakarta, dengan Narasumber dari Kemen PANRB dan Komisi Informasi Pusat (KIP). Dengan 50 orang peserta PPID Pelaksana, Publik PPID Poltekpar dan Badan Otorita.



4) PEMBUATAN KONTEN GRAFIS KEBIJAKAN DAN PROGRAM KERJA KEPARIWISATAAN DAN EKONOMI KREATIF

Pelayanan publik merupakan hal yang sangat penting untuk diutamakan di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Tampilan yang menarik dan informatif pun menjadi salah satu cara untuk mendukung jalannya pelayanan publik agar lebih mudah dimengerti. Konten dengan visualisasi yang menarik menjadi alternatif yang efektif karena masyarakat akan lebih tertarik melihat gambar atau video yang menjabarkan sebuah imbauan, iklan layanan masyarakat, pedoman/SOP, pelayanan informasi, dan/atau tampilan konten digital daripada urutan kata-kata. Selain mudah dimengerti, pesan juga dapat langsung mudah diserap masyarakat karena bentuk penyajiannya yang menarik, atraktif, dan terperinci.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pun membutuhkan konten pendukung jalannya pelayanan publik yang menarik untuk keperluan penyebarluasan informasi dan juga materi grafis yang mendukung pedoman pelayanan publik dan informasi layanan masyarakat.

Semua kebijakan, program dan, promosi kanal-kanal resmi pelayanan publik yang dimiliki oleh Kemenparekraf/Baparekraf terkait hal tersebut dibuat dalam bentuk grafis dengan bentuk produk yang beragam, seperti digital poster, video, konten media sosial, konten *website*, *digital banner*, videotron, media cetak, media elektronik, konten *microsite*, konten grafis, aplikasi pelayanan publik dll sehingga proses pelayanan terhadap publik pun dapat berjalan semakin efektif, informatif dan mengutamakan pelayanan prima. Kegiatan ini menghasilkan 502 materi grafis pedoman dan pelayanan public.



5) PEMBUATAN KONTEN GRAFIS KEBIJAKAN DAN PROGRAM KERJA KEPARIWISATAAN 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) tetapi 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. Sepanjang tahun 2023, kegiatan ini menghasilkan 3.122 konten grafis kebijakan dan program kerja kepariwisataan dan ekonomi kreatif.

6) 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 sinergitas 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:

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



Rapat Kerja dengan Komisi X DPR RI

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 Desember 2023, selain itu melakukan pendampingan kunjungan kerja Komisi X DPR-RI ke daerah.

Rapat Kerja dengan DPD RI

Rapat Kerja dengan DPD RI dilaksanakan setahun sekali dengan jadwal menyesuaikan undangan dari DPD RI. Pada 2023, Raker dilaksanakan di Ruang Rapat Sriwijaya Lt. 2 Gedung DPD RI. Raker dipimpin oleh Ketua Komite III dan Wakil Komite III serta dihadiri oleh anggota Komite III DPD RI, Menparekraf, Wamenparekraf, Eselon I dan perwakilan Eselon II Kemenparekraf/Baparekraf yang dilaksanakan secara *hybrid*. Dengan pembahasan Realisasi Program Kerja Tahun 2022 dan RKP Tahun 2023 dan Perkembangan Pembangunan 5 DPSP dan Dampaknya terhadap Ekonomi dan Kesejahteraan Masyarakat sekitar.



Pendampingan Kunjungan Kerja Komisi X DPR RI

Komisi X DPR RI memiliki program kerja melakukan kunjungan ke lapangan di setiap masa sidang. Kunjungan kerja terbagi menjadi dua, yakni kunjungan kerja spesifik dan kunjungan kerja reses yang dilaksanakan di akhir masa sidang.

Kunjungan kerja spesifik dilaksanakan oleh Komisi X DPR RI dengan Kemenparekraf/Baparekraf, sedangkan kunjungan kerja reses dilaksanakan bersama seluruh mitra Komisi X DPR RI, diantaranya Kemenparekraf/Baparekraf, Kemendikbud Ristek, Kemenpora, dan Perpustakaan.



Pada tahun 2023 ini sasaran "Indeks Tingkat Kepatuhan Standar Pelayanan" dengan target 82%, berikut beberapa kegiatan yang menunjang Indeks Tingkat Kepatuhan Standar Pelayanan. Indikator keberhasilan sasaran, berikut target dan realisasinya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Persandingan Realisasi Indeks Tingkat Kepatuhan Standar Pelayanan
Tahun 2022-2023**

No	Indikator Kinerja	2022		2023		% Capaian
		Target	Realisasi	Target	Realisasi	
2.	Indeks Tingkat Kepatuhan Standar Pelayanan	81	94	82%	82,57	100

Berdasarkan data tersebut di atas, maka pencapaian Indikator Indeks Tingkat Kepatuhan Standar Pelayanan Tahun 2023 mengalami kenaikan dibandingkan

dengan realisasi Tahun 2022 sebesar 82,57 dengan selisih 11,43 % dengan target yang lebih tinggi.

Standar Pelayanan Publik

Reformasi birokrasi bertujuan untuk terciptanya birokrasi yang bersih dan akuntabel, birokrasi yang efektif dan efisien, serta birokrasi yang memiliki pelayanan publik yang berkualitas, 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/Baparekraf Nomor 18 Tahun 2020 tentang Standar Pelayanan Publik di lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf.

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.

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. SOP sudah diperbaharui dengan urusan teknis yang ditangani (Manajemen Krisis, Pelayanan Informasi, Permohonan materi, dan PPID).

Kemenparekraf/Baparekraf saat ini mempunyai 6 (enam) platform pelayanan informasi publik, yakni :

1. Layanan PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi), melalui :
 - a. microsite PPID (www.ppid.kemenparekraf.go.id) dan,
 - b. aplikasi mobile PPID berbasis Android dan iOS
2. Layanan Information Center
3. Layanan Call Center
4. Layanan Aplikasi Whatsapp Contact Center dan Website
5. Layanan Informasi Melalui E-Mail Resmi (info@kemenparekraf.go.id)
6. Layanan Aplikasi LAPOR! Kementerian/Lembaga

PPID Kemenparekraf/Baparekraf merupakan layanan informasi satu pintu yang dimaksudkan untuk membangun mekanisme layanan informasi, melalui interkoneksi dan sinergi dari data, dan informasi yang dihasilkan berasal masing - masing unit kerja. Adapun tujuannya adalah:

- a. Mewujudkan pelayanan informasi yang terkoordinir melalui pelayanan satu pintu yakni PPID;
- b. Memberikan kemudahan akses data dan informasi kepada masyarakat luas;
- c. Meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan informasi, baik internal maupun eksternal di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.

Dalam melaksanakan pelayanan publik, Biro Komunikasi juga membuat 13 (tiga belas) Standar Operasional Prosedur (SOP), yang terdiri dari :

1. SOP Chatbot TiWi
2. SOP Layanan Pengaduan
3. SOP Pelayanan Publik melalui Information Center
4. SOP PPID
5. SOP Pengajuan Keberatan
6. SOP Contact Center
7. SOP Penanganan Pengajuan Keberatan Informasi Publik
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

Dua 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.

1) PELAKSANAAN *TABLETOP EXERCISE (TTX)* PANDUAN KOMUNIKASI KRISIS



Industri pariwisata menjadi salah satu industri yang rentan terhadap krisis, baik secara alam maupun non alam. Krisis non alam yang diamplifikasi melalui media dapat mencederai reputasi pariwisata dan ekonomi kreatif. Dalam industri pariwisata, reputasi menjadi

aset berharga yang tidak berwujud. Oleh karena itu, mempertahankan sebuah reputasi membutuhkan tata kelola komunikasi yang efektif.

Komunikasi krisis perlu ikut ditempatkan dalam upaya pencegahan maupun penanganan krisis kepariwisataan dalam momen terjadinya krisis serta setelah krisis terjadi. Selain krisis secara langsung di destinasi pariwisata, karena pariwisata erat dengan persepsi, kerap muncul ancaman terhadap pariwisata dari level media dan komunikasi. Dengan demikian dapat menjadi suatu krisis komunikasi kepariwisataan. Sektor pariwisata mempunyai 3 tantangan utama, yaitu kenyamanan (*comfort*), keamanan (*security*), dan keselamatan (*safety*). Setiap tantangan memiliki perlakuan penanganan yang berbeda. Kenyamanan merupakan tanggung jawab *frontliner* atau mereka yang langsung bertemu wisatawan, untuk memastikan wisatawan memiliki kesan dan kenyamanan yang tinggi.

Keselamatan dapat diberikan dengan menyiapkan informasi yang akurat dan update tentang kepariwisataan, infrastruktur, peningkatan kapasitas menghadapi krisis. Keselamatan menjamin keberlangsungan hidup wisatawan, pelaku, dan masyarakat luas saat kegiatan pariwisata berlangsung. Dalam situasi krisis, ABGCM harus mengeluarkan *Call for Action* untuk reorientasi publik. Selain itu, komunikasi krisis bertujuan untuk membangun *resilience, rebuilding effort, recovery*.

Resiliensi dalam menangani kondisi krisis merupakan salah satu kriteria utama dalam membangun pariwisata berkelanjutan dan berdaya saing internasional yang juga menjadi payung pariwisata berkelanjutan yang terus didorong dan digaungkan dalam sebagai pendekatan dalam pembangunan dan pengembangan kepariwisataan di Indonesia. Dari perspektif komunikasi publik agar menyampaikan apa yang sudah dilakukan oleh pemangku kepentingan yang terlibat dalam penanganan krisis. Peran komunikasi krisis dalam membangun komunikasi yang mendorong kesiapsiagaan dan mencegah ketakutan. Perkembangan media bisa sangat mendukung upaya komunikasi krisis, namun juga bisa menjadi tantangan yang menimbulkan persepsi negatif terhadap kepariwisataan sehingga menjadi krisis komunikasi.

Table top exercise (TTX) menjadi penting agar mendorong pemahaman dari Kemendagri terhadap konsep komunikasi krisis yang membutuhkan kolaborasi dari berbagai divisi juga dengan stakeholder lain yang relevan dalam penanganan krisis di destinasi pariwisata. Komunikasi krisis akan sangat membantu dalam tata kelola manajemen krisis kepariwisataan di Indonesia yang berjalan dengan efektif. Diharapkan TTX akan memberikan pemahaman dan dapat mendorong penguatan

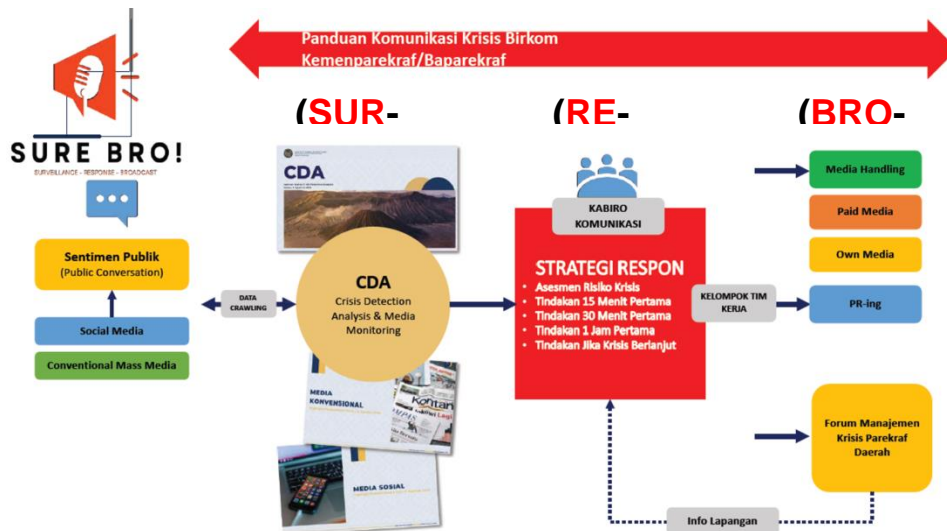
kelembagaan manajemen komunikasi krisis di luar Kemenparekraf, yakni di daerah-daerah.

Krisis yang ditandai dengan adanya ancaman dan ketidakpastian membutuhkan respons agar tidak semakin besar. Krisis non-reputasi apabila tidak ditangani dengan baik maka berpotensi menjadi krisis reputasi. Dalam konteks kepariwisataan, Kemenparekraf bertindak sebagai Pengirim Pesan, sedangkan stakeholder pariwisata, termasuk wisatawan merupakan Penerima Pesan. Situasi krisis dapat berlangsung baik secara gradual maupun secara mendadak dengan jangka waktu yang bervariasi. Dalam hal ini komunikasi krisis perlu dilakukan pada masa pra krisis, krisis, dan pasca krisis sebagai tahap-tahap dalam konteks proses perkembangan krisis tersebut. Dalam tahapan krisis yang terpenting adalah pada saat pra krisis di mana publik baik internal organisasi dan stakeholder dan diminta untuk memahami resiko dan menghindari krisisnya.

Kegiatan *Table Top Exercise* Komunikasi Krisis Kepariwisataan ini dilaksanakan di Hotel Millenium, Jakarta Pusat, pada tanggal 26 Juli 2023 dan dihadiri oleh seluruh Kepala Kelompok Kerja (Kapokja) dan PIC di lingkungan Biro Komunikasi.

2) WEBINAR SISTEM TERPADU MANAJEMEN KOMUNIKASI KRISIS DI SEKTOR PAREKRAF

Pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang rentan berhadapan dengan kondisi krisis. Krisis berpotensi merusak reputasi, mengganggu aktivitas pariwisata dan ekonomi kreatif, dan berdampak pada turunnya jumlah wisatawan nusantara maupun mancanegara. Dari beberapa pengalaman penanganan krisis di sektor parekraf, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif belajar bahwa penanganan krisis perlu dilakukan secara holistik, baik pada aspek wisatawan terdampak, destinasi terdampak, SDM terdampak, dan yang tak kalah penting adalah aspek komunikasi krisisnya. Memahami pentingnya komunikasi krisis untuk sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bermaksud menyelenggarakan Webinar Sistem Terpadu Manajemen Komunikasi Krisis di Sektor Parekraf.



Tujuan kegiatan ini adalah:

- Memberikan pemahaman terkait **SuRe Bro** sebagai sistem terpadu manajemen komunikasi krisis di sektor Parekraf kepada seluruh Dinas Pariwisata Provinsi, Kementerian/Lembaga di Indonesia, dan pegawai di lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf;
- Memberikan pemahaman terkait **SuRe Bro** sebagai sistem terpadu manajemen komunikasi krisis di sektor Parekraf kepada seluruh Dinas Pariwisata Provinsi, Kementerian/Lembaga di Indonesia, dan pegawai di lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf.

Industri pariwisata adalah salah satu industri yang rentan terhadap kondisi krisis yang akan berdampak negatif pada reputasi destinasi, persepsi wisatawan, dan tingkat kunjungan. Reputasi adalah aset berharga dalam industri pariwisata yang harus dijaga, salah satunya melalui tata kelola komunikasi yang efektif. Pemerintah menjadi salah satu aktor kunci dalam menjaga komunikasi yang efektif, terutama pada kondisi krisis.



Pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang rentan berhadapan dengan kondisi krisis. Krisis berpotensi merusak reputasi, mengganggu aktivitas pariwisata dan ekonomi kreatif, dan berdampak pada turunnya jumlah wisatawan nusantara maupun mancanegara. Jika tidak ditangani dengan baik, krisis pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif akan berdampak negative pada pendapatan negara, penyerapan tenaga kerja, serta pembangunan infrastruktur.

Beberapa tahun terakhir, sektor parekraf menghadapi krisis; mulai dari yang berskala kecil, sedang, hingga besar, baik yang disebabkan oleh faktor alam maupun non alam. Sebut saja, pandemi COVID-19, gempa bumi Cianjur, kebakaran savana Gunung Bromo, aksi kriminal dan perilaku asusila oknum wisatawan di Bali, penumpukan sampah di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango, dan lain-lain. Namun, sektor pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia selalu mampu menghadapi, bangkit, dan pulih lebih kuat dari kondisi krisis apapun, berkat kerja sama yang solid dari seluruh pemangku kepentingan.



Dari berbagai krisis di sektor parekraf tersebut, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif belajar bahwa penanganan krisis perlu dilakukan secara holistik, baik pada aspek wisatawan terdampak, destinasi terdampak, SDM terdampak, dan yang tak kalah penting adalah aspek komunikasi krisisnya.

Komunikasi yang efektif adalah salah satu sumber daya terpenting dalam mengelola krisis. Komunikasi harus dilakukan dalam semua tahapan krisis, yaitu sebelum, pada saat, dan setelah krisis. Melalui komunikasi krisis yang efektif, kita

dapat memahami risiko yang kita hadapi; memberikan informasi yang lebih lengkap, akurat, dan cepat; serta meredam peredaran disinformasi dan misinformasi yang dapat memperburuk kondisi krisis. Memahami pentingnya komunikasi krisis untuk sektor pariwisata dan ekonomi kreatif serta banyaknya elemen, faktor, dan komponen dalam komunikasi krisis, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyusun sebuah Sistem Terpadu Manajemen Komunikasi Krisis di Sektor Parekraf bertajuk **SURE BRO!** yang meliputi keseluruhan fungsi manajemen komunikasi, yaitu *Surveillance, Response, dan Broadcasting*.

SuReBro sebagai Sistem Terpadu Manajemen Komunikasi Krisis merupakan satu langkah Gercep Biro Komunikasi Kemenparekraf untuk Geber seluruh satuan kerja di Kemenparekraf dalam penyediaan informasi yang dibutuhkan dalam penanganan krisis dan saya berharap bisa menginspirasi K/L dan Dinas Pariwisata untuk Gaspol satuan kerja masing-masing dalam menciptakan system serupa untuk pariwisata yang lebih resilien. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 25 Oktober 2023 dengan keynote speaker oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Baparekraf Sandiaga Salahudnin Uno. Dengan peserta Kedeputusan dan kepala Biro di Lingkungan Sekretariat Kementerian serta PIC masing-masing kelompok kerja.

3) SISTEM TERPADU MANAJEMEN KOMUNIKASI KRISIS

Biro Komunikasi merupakan corong kementerian yang bertugas untuk menyebarluaskan informasi mengenai kebijakan, atau dalam konteks krisis, menyampaikan langkah-langkah penanganan krisis. Banyak hal yang perlu di kolaborasikan antara pusat dan daerah terkait upaya mitigasi krisis, khususnya dalam konteks komunikasi. Dalam kaitannya dengan krisis, pergerakan wisnus di Jawa Barat sangat tinggi, sehingga isu-isu terkait safety sangat tinggi, terutama dari faktor alam.

Sistem Terpadu Manajemen Komunikasi Krisis Dalam Upaya Peningkatan Kapasitas Resiliensi Sektor Parekraf Nasional. Salah satu unsur dari Sistem Terpadu ini adalah Panduan Komunikasi Krisis Kemenparekraf/Baparekraf, yang berisi checklist langkah-langkah komunikasi yang perlu dilakukan untuk merespons isu yang berpotensi menjadi krisis maupun krisis yang sedang terjadi yang kami pantau

melalui *Crisis Detection Analysis* (CDA). Diseminasi Panduan ini kepada stakeholder parekraf, dan Provinsi Jawa Barat dan Provinsi Bali. Kedua provinsi ini terpilih karena kedua berdasarkan CDA, keduanya mempunyai isu terkait parekraf yang tinggi.

Kemeparekraf telah menyusun SOP Pengelolaan Krisis Kepariwisata yang kemudian dikonseptualisasi di tiga daerah yakni Kepulauan Riau, Nusa Tenggara Barat, dan Jawa Barat menjadi Manajemen Krisis Kepariwisata Daerah (MKKD). Bahkan, Jawa Barat telah memiliki dokumen Manajemen Krisis Kepariwisata Daerah, dashboard pemantauan krisis, dll. Buku panduan ini merupakan transformasi dari *Tourism Crisis Center* (TCC) yang focus pada aspek komunikasi.



Perkembangan media dengan adanya digitalisasi dan sosial media bisa menyebabkan isu menjadi tidak tertangani dan berdampak lebih besar. Ketika *framing* media tidak dapat dikendalikan, dampak media sosial tidak terkendali isu level lokal bisa menjadi tidak terkendali. Dalam buku Panduan ini ada cara untuk mengukur level krisis sehingga berpengaruh pada cara penanganan krisisnya. Di Kemenparekraf, *Crisis Detection Analysis* (CDA) berperan sebagai *early warning system* dalam komunikasi Krisis.

Kegiatan ini dilaksanakan di Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Barat Dengan peserta dari Lembaga Administrasi Negara (LAN) RI Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Barat dan *stakeholder*.



Buku Panduan Komunikasi krisis adalah Panduan ini berisi langkah-langkah strategi komunikasi yang dijalankan Kemenparekraf bekerja sama dengan para pemangku kepentingan dalam menangani krisis kepariwisataan pada masa pra krisis, merespons krisis, dan pasca krisis. Panduan ini disusun berdasarkan praktik terbaik (*best practice*) komunikasi krisis dan analisis organisasi Kemenparekraf agar dapat menyesuaikan dengan perubahan struktur/organisasi. Selanjutnya, dalam menyusun dokumen serupa untuk optimalisasi komunikasi krisis di daerah maupun dalam mendukung komunikasi krisis nasional.

2. TERWUJUDNYA CITRA POSITIF KEMENPAREKRAF DI MEDIA CETAK DAN ELEKTRONIK NASIONAL DAN INTERNASIONAL

Pada tahun 2023 indikator kinerja Biro Komunikasi, sasaran "Terwujudnya Citra Positif Kemenparekraf/Baparekraf di Media Cetak Dan Elektronik Nasional Dan Internasional", dengan indikator kinerja Rasio Berita Positif Terkait Kemenparekraf/Baparekraf Terhadap Total Berita terkait Kemenparekraf/ Baparekraf yang Dipublikasikan Pada Media Cetak, Elektronik dan Online di Nasional dan Internasional yang ditandai oleh Nilai peningkatan kualitas layanan publik.

Biro Komunikasi mempunyai tugas dan fungsi:

- a) Mengelola hubungan dengan media sebagai mitra kerja pemerintah dalam mempublikasikan kebijakan dan program kerja kementerian kepada publik;
- b) Melakukan kerjasama dengan media dalam rangka publikasi kebijakan dan program kerja kementerian;
- c) Melakukan koordinasi dengan media (jurnalis) dalam rangka peliputan kegiatan pimpinan Kemenparekraf.

Persandingan Realisasi Indikator Rasio Berita Positif Terkait Kemenparekraf/Baparekraf Tahun 2022-2023 dapat di lihat pada tabel berikut dibawah ini :

No	Indikator Kinerja	2022		2023		% Capaian
		Target	Realisasi	Target	Realisasi	
2.	Rasio Berita Positif Terkait Kemenparekraf/Baparekraf Terhadap Total Berita terkait Kemenparekraf/ Baparekraf yang Dipublikasikan Pada Media Cetak, Elektronik dan Online di Nasional dan Internasional	83%	86,27%	87	97,48	112,05

Berdasarkan data tersebut di atas, maka pencapaian Indikator Indeks Kualitas Layanan Publik target Tahun 2023 mengalami kenaikan dibandingkan dengan realisasi Tahun 2022 sebesar 97,48 dengan selisih 11,21 dengan target yang tinggi.

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 *multiplier effect*.

Kolaborasi dengan unsur pentahelik yaitu 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. Dalam kurun waktu Januari s.d Desember 2023 total berita terkait pariwisata dan ekonomi kreatif yaitu:

- a. Identifikasi total berita positif terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media online nasional sebanyak 67.639 berita;
- b. Identifikasi total berita positif terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media cetak nasional sebanyak 4.516 berita;
- c. Identifikasi total berita positif terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media elektronik nasional sebanyak 3.244 berita;
- d. Identifikasi total berita positif terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media online internasional sebanyak 374 berita;
- e. Identifikasi total berita positif terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media cetak internasional sebanyak 0 berita;
- f. Identifikasi total berita positif terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media elektronik internasional sebanyak 47 berita;
- g. Identifikasi total berita terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media online nasional sebanyak 69.221 berita;
- h. Identifikasi total berita terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media cetak nasional sebanyak 4.613 berita;
- i. Identifikasi total berita terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media elektronik nasional sebanyak 3.518 berita;
- j. Identifikasi total berita terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media online internasional sebanyak 385 berita;
- k. Identifikasi total berita terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media cetak internasional sebanyak 0 berita;

- l. Identifikasi total berita terkait kemenparekraf yang di publikasikan di media elektronik internasional sebanyak 48 berita;

Rumus

$$\begin{aligned}
 &= \frac{(a + b + c) + (d + e + f)}{(g + h + i) + (j + k + l)} \times 100\% \\
 &= \frac{(67.639 + 4.516 + 3.224) + (374 + 0 + 47)}{(69.221 + 4.613 + 3.518) + (385 + 0 + 48)} \times 100\% \\
 &= \frac{(75.379 + 421)}{(77.352) + (433)} \times 100\% \\
 &= \frac{75.800}{77.785} \times 100\% \\
 &= 97,48\% \\
 &\frac{97,48\%}{87} \times 100\% = 112,05\%
 \end{aligned}$$

Dari Indikator “Rasio Berita Positif Terkait Kemenparekraf/Baparekraf Terhadap Total Berita terkait Kemenparekraf/ Baparekraf yang Dipublikasikan Pada Media Cetak, Elektronik dan Online di Nasional dan Internasional”. berikut beberapa kegiatan yang menunjang IKU tersebut diatas adalah sebagai berikut:

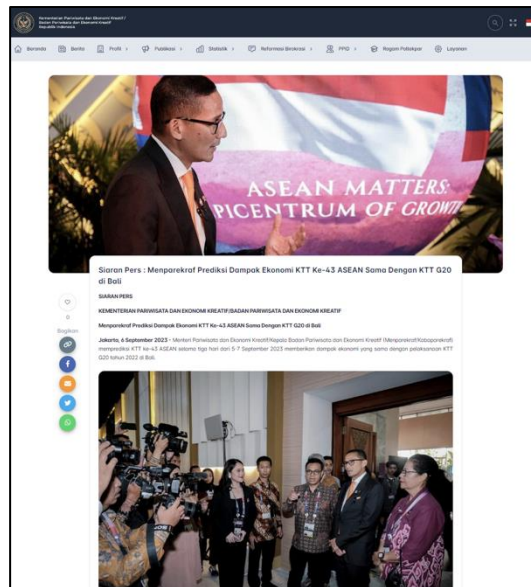
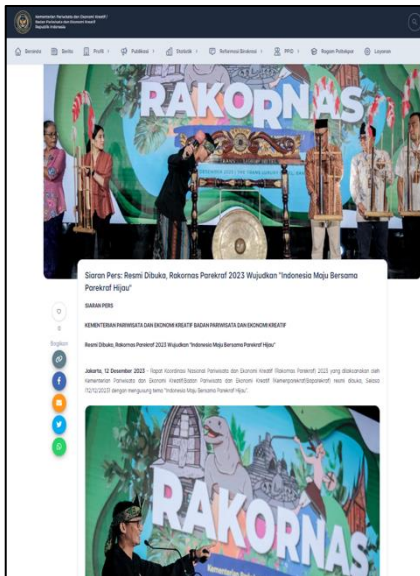
1) PUBLIKASI NARASI DALAM SIARAN PERS

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 1578 siaran pers dan siaran pers berbahasa Inggris berjumlah 1578 siaran pers serta 1 edisi E-magazine.

- Penyiapan publikasi narasi dalam siaran pers :



- Pembuatan e-magazine :





2) PENINGKATAN PR-ING KINERJA KEMENPAREKRAF

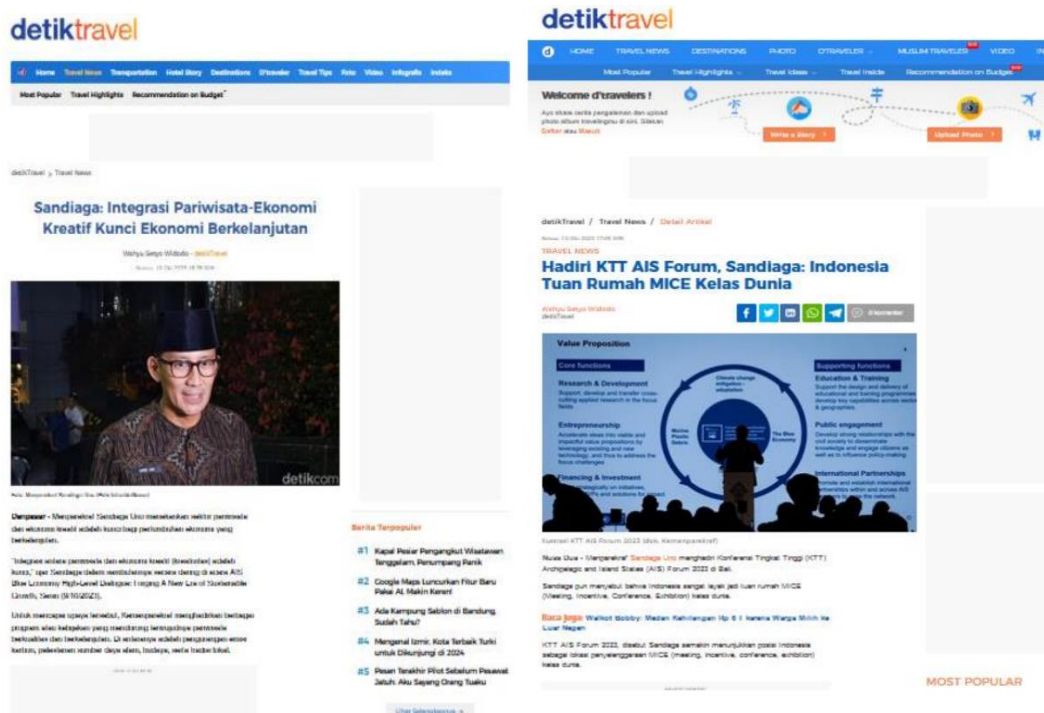


Citra Indonesia di mata dunia internasional dan di masyarakat Indonesia semakin baik. Kondisi ini tercipta berkat kinerja dan upaya yang dilakukan secara terpadu dan berkesinambungan serta kerjasama dengan seluruh pemangku kepentingan, mengingat bidang kepariwisataan bersifat lintas sektor dan multifier 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.

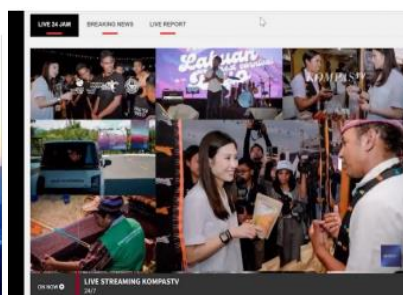
Publikasi kebijakan dan program kementerian dilaksanakan melalui kegiatan **Peningkatan PR-ing Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif**. Kegiatan ini menjadi sarana kolaborasi dan kemitraan antara Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan berbagai pihak maupun pemangku kepentingan dalam rangka terwujudnya pembangunan kepariwisataan dan ekonomi kreatif yang merata dan berkesinambungan. Pada tahun 2023, 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 Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Publikasi kebijakan dan program kementerian yang telah dilakukan di media online melalui pemuatan artikel sebagai berikut :



Publikasi kebijakan dan program kementerian yang dilakukan melalui pemuatan dan penayangan berita pariwisata dan ekonomi kreatif di media elektronik terkait acara ASEAN Tourism Forum (ATF), misal di Kompas TV.

1. Program Sapa Indonesia Pagi Kompas- 10 Mei 2023



3) PENYELENGGARAAN PUBLIKASI DAN PEMBERITAAN

1. 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



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), baik di daerah maupun di Jakarta.

2. *Weekly Brief with Sandi Uno* (WBSU)

Kegiatan *Weekly Brief with Sandi Uno* (WBSU) dilaksanakan mulai bulan Januari s.d Desember 2023 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 WBSU dari berbagai media massa



nasional, internasional dan daerah untuk menghadiri WBSUkonferensi pers secara *hybrid* yang dipimpin oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Pelaksanaan WBSU 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.

3. *Extended Weekly Press Briefing*

Pada kegiatan publikasi dan pemberitaan terdapat pula kegiatan *Extended Weekly Press Briefing* dengan mengundang 100 media. Acara *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 tema “Mudik Asyik, Ekonomi Pariwisata Optimis Bangkit”, Kemenparekraf bersama kementerian/lembaga dan berbagai pihak lainnya sebelumnya telah menyiapkan program-program untuk menunjang momentum libur lebaran dan mudik tahun 2023. Di antaranya menyiapkan *media center* untuk pemantauan aktivitas wisata selama libur lebaran dan mudik tahun 2023 melalui platform sisparnas.kemenparekraf.go.id serta penerbitan Surat Imbauan pemantauan libur hari raya Idul Fitri 1444 H terkait keamanan, kenyamanan, ketertiban, serta penerapan CHSE di destinasi pariwisata kepada Dinas Pariwisata

Kemenparekraf juga meluncurkan sejumlah program terkait paket wisata. Yakni program BETI DEWI (Beli Kreatif Paket Desa Wisata), program 100 PAK WISNU (Paket Wisata Nusantara) yang bekerja sama dengan Dispar dari 34 provinsi, paket-paket wisata tematik bulanan yang masih dalam rangka kampanye Gerakan Nasional Bangga BerWisata di Indonesia, serta berbagai e-booklet pariwisata. Di antaranya e-booklet “Mudik Jelajah Masjid #DiIndonesiaAja” sebagai alternatif panduan bagi para pemudik untuk berwisata religi di masjid-masjid.



4) PRESS TOUR

Sejalan 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, komprehensif 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 Ibu Kota Nusantara, Kalimantan Timur. Dalam rangkaian Press Tour mengangkat tema "Kolaborasi Media Ditingkatkan, Potensi Parekraf IKN Siap Dipromosikan" pada kegiatan Nemuin Komunitas di Titik Nol Nusantara. Maksud dan tujuan Press Tour ini adalah:

- Menindaklanjuti dan menggali potensi Destinasi Wisata disekitar IKN
- Mempertemukan pengelola Destinasi Wisata dengan Wartawan
- Memberikan informasi kepada khalayak yang lebih luas melalui media daring, cetak, dan stasiun TV tentang pembangunan IKN dan Destinasi Wisata disekitarnya

Acara Netas IKN menghadirkan narasumber:

1. Ibu Ni Wayan Giri Adnyani Sekretaris Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Sekretaris Utama Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
2. Bapak Muhsin Palinrungi, Direktur Kebudayaan, Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Otorita IKN
3. Ibu Yenti Garnasih Pakar Hukum Tindak Pidana Pencucian Uang (TPPU)
4. Ibu I Gusti Ayu Dewi Hendriyani selaku Kepala Biro Komunikasi mewakili Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

5) SOSIALISASI INFORMASI DAN KEBIJAKAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF MELALUI KOMUNITAS

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.



Netas sendiri merupakan sebuah program kegiatan interaksi langsung antara Menparekraf dengan perwakilan masyarakat yaitu komunitas guna membangun relasi atau 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. Kegiatan ini juga menemui komunitas pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif (ekraf) untuk membahas potensi yang bisa dikembangkan lebih luas lagi.

"Ekonomi kreatif kita sudah peringkat tiga besar di dunia. Nomor satu Amerika Serikat, ekonomi kreatifnya memiliki unggulan Hollywood, kedua Korea dengan drakor (Drama Korea). Dengan kontribusi ekonomi kreatif yang mencapai 8 persen telah menjadikan Indonesia berada di posisi tiga besar dunia,"

"Dalam hal ini pemerintah membuka ruang seluas-luasnya agar masyarakat memanfaatkan peluang yang ada. Dorongan pemerintah dari aspek perizinan, legal, semua sudah diberikan termasuk pelayanannya yang gratis. Ini bagian dari dukungan pemerintah kepada pelaku usaha di wilayahnya.

Dengan konsep kegiatan yang begitu santai, kegiatan Netas di beberapa kabupaten dan kota menghadirkan beberapa rangkaian kegiatan, seperti Dialog Interaktif bersama Menparekraf, Perkenalan Komunitas, serta sebagai bentuk dukungan nyata dari Kemenparekraf kepada para pelaku wirausaha, di penghujung acara terdapat penyerahan Beasiswa Wirausaha oleh Menparekraf Sandi Uno kepada beberapa peserta terpilih.

Kegiatan Nemuin Komunitas (Netas) sangat bermanfaat. Karena bisa menjadi wadah yang produktif bagi Kemenparekraf untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Selain itu, para pelaku komunitas dan juga pengusaha menjadi lebih dekat dengan Menparekraf untuk menyampaikan aspirasi dll.



6) 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).

7) MONITORING DAN ANALISIS BERITA

Media Online:
Detik.com

Jalur Wisata Gunung Bromo Kembali Dibuka Usai Kebakaran Padam



[Link](#)

Pada media detik.com berita terbanyak yaitu mengenai isu: Kebakaran Hutan di Gunung Bromo

Media Cetak:
Kompas

ASEAN BAC Luncurkan Delapan Proyek



[Link](#)

Pada media Kompas berita terbanyak yaitu mengenai isu: ASEAN Business and Investment Summit 2023

Media Elektronik:
Sindonews TV



[Link](#)

Pada media Sindonews TV berita terbanyak yaitu mengenai isu: Presiden Jokowi Tegaskan Kesetaraan Pada Pembukaan KTT ke-43 ASEAN

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. Kememparekraf 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.

Press Release Performance

Publikasi siaran pers dari Kemenparekraf pada periode September 2023 mencatat 146 konten siaran pers dan membukukan 12,131 publikasi pada 1,945 media massa lokal dan nasional. Distribusi rilis pada periode bulan ini rata-rata adalah 83 artikel per rilis, dan didominasi media berskala nasional. Sementara jumlah potential reader tercatat mengalami kenaikan dibanding periode bulan Agustus 2023.



8) 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.

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.

Sepanjang tahun 2023, kegiatan ini menghasilkan 215 kali pendampingan dan peliputan kegiatan program kerja kementerian dan 2.506 video *taping*.



9) PENYELENGGARAAN SISTEM PENGELOLAAN DOKUMENTASI KEMENPAREKRAF

Pemerintah Indonesia telah mengesahkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan sebagai landasan yuridis dalam pembangunan

kepariwisataan Indonesia. Undang-undang ini menyatakan bahwa Indonesia memiliki kekayaan yang beraneka ragam—baik suku, budaya, flora, maupun fauna—yang merupakan sumber daya dan modal dalam pembangunan kepariwisataan Indonesia untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan bangsa Indonesia. Sumber daya dan modal tersebut perlu dimanfaatkan secara optimal melalui penyelenggaraan kepariwisataan yang ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan daya tarik wisata dan destinasi di Indonesia, serta memupuk rasa cinta Tanah Air.

Potensi pariwisata Indonesia yang sangat besar dan luar biasa perlu dibangun dan dikembangkan sebagai destinasi pariwisata, maka keterlibatan pemerintah, pemerintah daerah, asosiasi usahapariwisata, pengusaha pariwisata, dan masyarakat sangat dibutuhkan untuk membangun dan mengembangkan pariwisata di Indonesia guna menjadikan Indonesia sebagai pariwisata berkelas dunia dan berdaya saing. Kemenparekraf/Baparekraf mempunyai tanggung jawab dalam membangun dan mengembangkan destinasi pariwisata sebagai aset nasional. Oleh karena itu, dalam membangun dan mengembangkan destinasi pariwisata, perlu adanya dukungan lintas sektor.

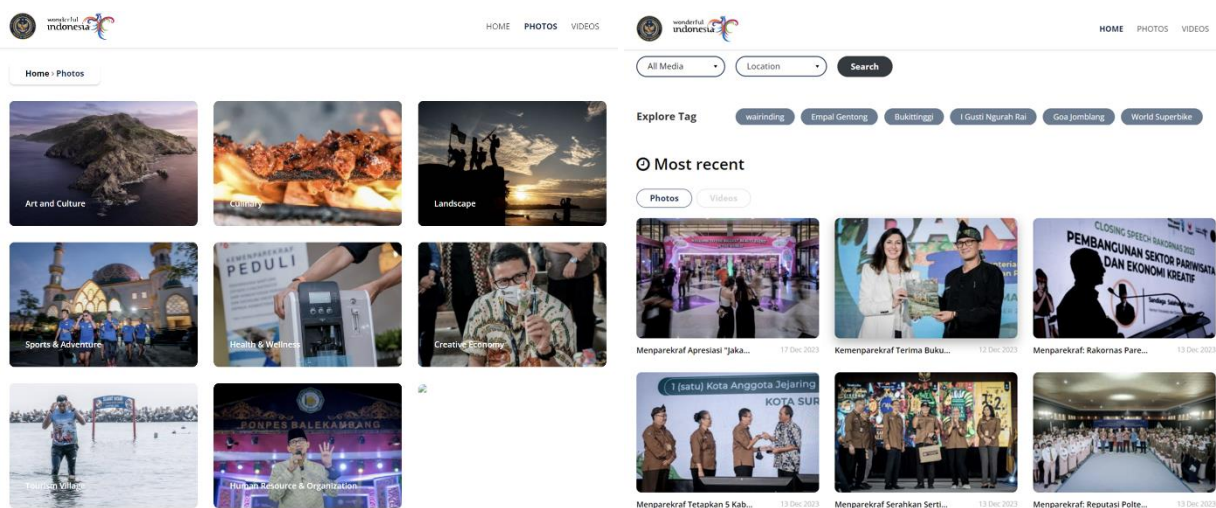
Kemenparekraf/Baparekraf setiap tahun terus meningkatkan kegiatan/*event* yang akan dilaksanakan di luar maupun dalam negeri guna mempromosikan pariwisata Indonesia. Kegiatan/*event* pariwisata yang dihadiri oleh pimpinan Kementerian Pariwisata seyogyanya dapat didokumentasikan/diliput oleh Biro Komunikasi untuk menginformasikan kepada publik kegiatan/*event* yang dilaksanakan Kemenparekraf/Baparekraf dalam rangka mempromosikan pariwisata Indonesia. Kegiatan/*event* yang didokumentasikan (foto dan video) hasil peliputan berupa destinasi, produk ekonomi kreatif, foto ilustrasi, kegiatan kunjungan kerja Menteri, Wakil Menteri, *event* pariwisata, dan program kerja Kemenparekraf yang dihasilkan Tim Dokumentasi pada setiap periode Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, jumlahnya mencapai ribuan. Dokumentasi itulah yang akan masuk ke dalam Bank Foto.

Adapun kegiatan yang akan dilaksanakan pada Penyelenggaraan Sistem Pengelolaan Dokumentasi Kemenparekraf 2024 adalah Pengelolaan Bank Data Digital dan Pemeliharaan 1 tahun, Pengayaan Bank Foto

wonderfulimages.kemenparekraf.go.id, dan Pembuatan Video Sepekan Bersama Menparekraf.

Kemenparekraf/Baparekraf dituntut secara proaktif melakukan komunikasi dan diseminasi informasi kepada pengguna informasi, baik di lingkup internal Kementerian (pimpinan dan satuan-satuan kerja) maupun eksternal (Dinas Pariwisata serta publik secara luas). Direncanakan pada tahun 2024 hasil liputan kegiatan dan *event* Kementerian Pariwisata akan didokumentasikan ke dalam bank foto dan terus dapat diakses secara bebas oleh masyarakat.

Sepanjang tahun 2023, kegiatan ini menghasilkan 43.587 foto dan 220 video yang terunggah di laman wonderfulimages.kemenparekraf.go.id serta 51 video satu pekan.



10) PEMBUATAN DAN EDITING VIDEO KTT AIS FORUM 2023

Pada tahun 2023, Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) pertama AIS Forum diadakan di Bali pada tanggal 10–11 Oktober 2023. Archipelagic and Island States (AIS) Forum merupakan sebuah forum global yang menghimpun negara-negara pulau dan kepulauan di seluruh dunia. Forum ini beranggotakan 51 negara pulau dan kepulauan yang secara rutin melakukan pertemuan dan membahas isu-isu strategis dan permasalahan yang dihadapi bersama oleh negara-negara pulau dan kepulauan tanpa memandang lokasi, status pembangunan, level ekonomi, dan sebagainya.

Kememparekraf Kembali masuk dalam redaksi nasional yang memproduksi dan menyebarkan konten bersama. Oleh karena itu, konten yang diproduksi oleh Biro Komunikasi pun tidak hanya untuk media internal Kememparekraf, tetapi juga untuk konten nasional. Biro Komunikasi juga bertugas di Media Center dan ikut mendampingi Menteri, Wakil Menteri, dan Sesmenparekraf pada rangkaian acara AIS bersama Presiden.



Berdasarkan Pasal 31 *Charter of the ASEAN*, Keketuaan ASEAN dirotasi setiap tahunnya, dan Indonesia menjadi Ketua ASEAN untuk tahun 2023. Sebagai Ketua ASEAN 2023, Indonesia menyelenggarakan KTT ke-42 dan ke-43 ASEAN serta rangkaian pertemuan ASEAN lainnya pada 2023. Untuk KTT ke-43 ASEAN, kegiatan diselenggarakan di Jakarta Convention Center, DKI Jakarta, pada 5-7 September 2023.

Berdasarkan Keppres RI No. 5 Tahun 2023 tentang Panitia Nasional Keketuaan Indonesia pada KTT ASEAN Tahun 2023, Menparekraf selaku anggota bidang substansi pilar masyarakat ekonomi ASEAN; Wamenparekraf selaku anggota bidang *side events*; serta Sesmenparekraf sebagai anggota bidang komunikasi, media, dan hubungan masyarakat. Penanggung Jawab Bidang Komunikasi, Media, dan Hubungan Masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (3) huruf e memiliki tugas:

1. **Mengoordinasikan perencanaan, penyiapan, dan pelaksanaan kegiatan Bidang Komunikasi, Media dan Hubungan Masyarakat** dalam rangka mendukung Keketuaan Indonesia pada ASEAN tahun 2023;
2. **Menyusun dan menyiapkan rencana kerja dan anggaran persiapan dan pelaksanaan Bidang Komunikasi, Media, dan Hubungan Masyarakat** dalam rangka mendukung Keketuaan Indonesia pada ASEAN tahun 2023;
3. **Menyiapkan, mengelola, serta melaksanakan pelayanan informasi, media, jurnalis, dan hubungan masyarakat** yang mendukung kegiatan Keketuaan Indonesia pada ASEAN tahun 2023;
4. Menyediakan dan mengelola jaringan infrastruktur digital untuk mendukung kegiatan Keketuaan Indonesia pada ASEAN tahun 2023; dan e. melaksanakan tugas lain yang ditetapkan oleh Pengarah.

Oleh karena itu, Biro Komunikasi pun tergabung ke dalam Tim Redaksi Nasional sehingga Biro Komunikasi tidak hanya membuat konten untuk media internal Kemenparekraf tetapi juga untuk konten nasional. Oleh karena itu, perlu dilakukan pembuatan dan *editing* video *event* KTT ASEAN 2023. Kegiatan ini menghasilkan 13 video yang disebarkan ke seluruh kementerian/lembaga yang tergabung dalam redaksi nasional.



11) PEMANTAUAN DAN PENCEGAHAN KRISIS PAREKRAF

Pada kegiatan Pemantauan dan Pencegahan Krisis Parekraf tahun anggaran 2023 telah dilaksanakan penyusunan *crisis detection analysis* yang berupa 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.

Pada tahun 2023 telah dilakukan pelaporan pemantauan dimaksud *atau Crisis Detection Analysis (CDA)* dengan rincian sebagai berikut: Laporan Harian, Laporan Mingguan, dan Laporan Bulanan 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.



3. TERWUJUDNYA KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK DI KEMENPAREKRAF

Pada tahun 2023 ini sasaran "Terwujudnya keterbukaan informasi publik di Kemenparekraf/Baparekraf", yang ditandai oleh Nilai peningkatan kualitas layanan publik.

Persandingan Realisasi Indikator Nilai keterbukaan informasi Publik Tahun 2022-2023 dapat di lihat pada tabel berikut ini :

No	Indikator Kinerja	2022		2023		% Capaian
		Target	Realisasi	Target	Realisasi	
3.	Nilai keterbukaan informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	91	94,78	92	91,63	99,60

Berdasarkan data tersebut di atas, maka pencapaian Indikator Nilai keterbukaan informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2023 mengalami penurunan dibandingkan dengan realisasi Tahun 2022 sebesar 91,63 dengan selisih 3,15%.

Dari Indikator "Nilai keterbukaan informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan 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.

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 "Nilai keterbukaan informasi Publik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif" dapat dicapai dengan pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

1) MONITORING DAN EVALUASI PENGELOLAAN INFORMASI PUBLIK DI LINGKUNGAN KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF TAHUN 2023

Keterbukaan informasi publik adalah sebuah prinsip dasar dalam masyarakat yang demokratis yang mengatur bagaimana masyarakat mengakses informasi yang dimiliki oleh kementerian/Lembaga. Sudah merupakan kewajiban pemerintah bahwa setiap informasi itu bisa diakses oleh warga negara.



Keterbukaan informasi publik merupakan pondasi dan punya hubungan erat dengan pelayanan publik itu sendiri. Keterbukaan informasi memungkinkan setiap warga negara bisa menilai kebijakan dan keputusan pemerintah, apakah mendukung atau menghambat layanan publik.

Selain itu, dilihat dari partisipasi publik yang efektif dari keterbukaan informasi publik. Keterbukaan informasi memberikan kesempatan bagi Masyarakat untuk menyampaikan *feedback* kepada Lembaga pemerintah guna meningkatkan kualitas layanan publik yang lebih baik. Pada akhirnya yang diuntungkan adalah Masyarakat itu sendiri. Selain itu, keterbukaan informasi publik memudahkan evaluasi dari pelayanan publik yang dilakukan oleh Lembaga pemerintahan. Akses informasi yang semakin mudah diperoleh Masyarakat, membuat Masyarakat juga mudah untuk menilai standar pelayanan yang sudah diperoleh. Keterbukaan informasi publik menciptakan akuntabilitas dalam pelayanan publik. Pemerintah bisa bertanggung jawab dalam penyediaan mereka terhadap pelayanan publik.

Keterbukaan informasi publik juga menciptakan standar pelayanan informasi publik di seluruh unit pelayanan publik agar semuanya sesuai dan berjalan dengan baik. Keterbukaan informasi publik merupakan kunci untuk menciptakan layanan publik yang lebih baik dan pemerintahan yang akuntabel sehingga kepercayaan Masyarakat ke pemerintah terbangun. Harapannya adalah pemerintah melalui kementerian maupun Lembaga bisa memenuhi layanan publik yang lebih baik dan berkualitas.



Keterbukaan Informasi untuk Akselerasi Pariwisata Kreatif. *Good governance* dan *clean goverment* harus dibuktikan dengan keterbukaan informasi yang transparan. Yang dilihat adalah apakah keterbukaan informasi publik punya efektifitas dalam bersihnya pengelolaan pemerintahan dan tingginya partisipasi publik serta lingkungan masyarakat yang mendukung pemerintah itu sendiri. ada 4 skenario dalam ukuran badan publik yakni Performa Badan Publik, Pemberdayaan, Kesesuaian, dan Keberlanjutan. Jika instrumen skenario ini diciptakan, maka dapat menciptakan sempurna standar dan citarasa Masyarakat.

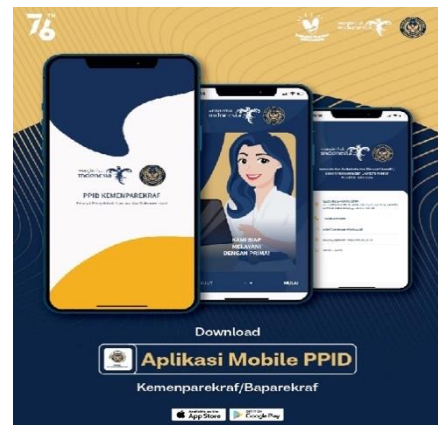
Kememparekraf sudah memiliki nilai yang informatif, tetapi harus bisa lebih dan informatif. Alangkah baiknya bila semua skenario tersebut bisa dilakukan agar Kememparekraf bisa menciptakan pelayanan informasi publik yang lebih baik menuju sempurna. Kememparekraf harus beyond informative dan menjadi pelopor untuk membuat hal-hal inovatif yang menginspirasi badan publik lain. Kegiatan ini dilaksanakan di Merlyn Park Hotel Jakarta tanggal 10 Oktober 2023. Dengan Narasumber dari Kemen PANRB dan Komisi Informasi Pusat (KIP) dengan peserta dari Poltekpar Pariwisata di Lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Baparekraf.

- **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 2023, yaitu :

1. Website www.kemenparekraf.go.id
 2. Instagram: <http://instagram.com/kemenparekraf.ri>
 3. Twitter: <https://twitter.com/Kemenparekraf>
 4. Facebook: <https://www.facebook.com/ParekrafRI/>
 5. TikTok: <https://www.tiktok.com/@kemenparekraf>
 6. Microsite PPID www.ppid.kemenparekraf.go.id
 7. Aplikasi Mobile PPID berbasis iOS dan Android
 8. Peta Geospasial Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Rawan Bencana
<https://wisatatanggung.kemenparekraf.go.id>
 9. Email info@kemenparekraf.go.id
 10. Digital Banner/Digital Poster
 11. Pesona E-Magazine
 12. Videotron
- Aplikasi Mobile PPID Kemenparekraf/Baparekraf berbasis iOS dan Android

Biro Komunikasi mengimplementasikan microsite PPID ke dalam aplikasi smartphone berbasis android dan iOS sebagai upaya terhadap masyarakat dalam mempermudah mendapatkan informasi tentang PPID Kemenparekraf/Baparekraf secara khusus dan program serta kebijakan Kemenparekraf secara umum. Saat ini aplikasi sudah dapat diunduh di Google Playstore (android) dan Apple Store (iOS).

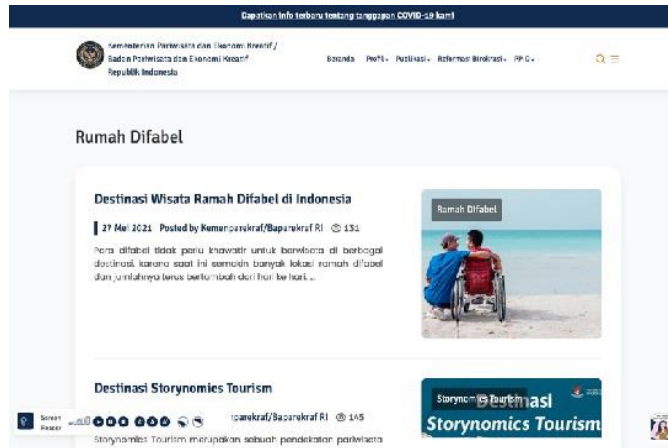


- **Rumah Difabel**

Sebuah fitur yang berisikan informasi tentang pariwisata dan ekonomi kreatif dengan penjelasan aksesibilitas bagi penyandang disabilitas. Dapat diakses di <https://kemenparekraf.go.id/rumah-difabel>. Konten disajikan dengan sederhana, adaptif, informatif dan sesuai dengan teknologi terkini.

KONSEP FITUR WEBSITE

- a. *Voice over text*
- b. Fitur *contras color button*
- c. Navigasi menggunakan cursor/tab bukan mouse



- **Peta Geospasial Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (wisatanggunguh.kemenparekraf.go.id)**

Peta persebaran pariwisata dan ekonomi kreatif, yang terintegrasi dengan layanan data dan informasi kebencanaan dari BNPB, BMKG dan PVMBG. Peta ini untuk memonitoring 3A (atraksi, amenities dan aksesibilitas) yang terdampak bencana di persebaran destinasi pariwisata dan ekonomi kreatif khususnya pada 5 (lima) Destinasi Super Prioritas dalam jarak radius 62 km.



2) FORUM KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK KEMENPAREKRAF/BAPAREKRAF

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP) telah mendorong pelaksanaan keterbukaan informasi publik dalam penyelenggaraan negara. Negara harus transparan, akuntabel, dan meningkatkan



partisipasi aktif masyarakat dalam pengambilan kebijakan publik dan pengelolaan Badan Publik yang baik. Setiap orang berhak memperoleh informasi publik sesuai dengan ketentuan undang-undang.

Dengan adanya tuntutan akan transparansi dan akuntabilitas penyelenggaraan negara sebagai implementasi *good and clean governance* serta hak publik untuk memperoleh informasi sesuai peraturan perundang-undangan, sehingga menjadi kewajiban bagi badan publik, dalam hal ini adalah Kemenparekraf/Baparekraf, untuk membuka akses kepada publik atas informasi yang berkaitan dengan kewajibannya selaku badan publik.

Kemajuan teknologi berimplikasi pada ruang publik yang semakin terbuka bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi. Dalam kondisi seperti ini, pemerintah dituntut terus melakukan perbaikan pelayanan informasi untuk publik. Penyelenggaraan layanan informasi kepada publik merupakan wujud penyelenggaraan pemerintahan yang terbuka dan hal ini sudah diatur pemerintah dalam pasal 13 UU KIP. Ini artinya, pemerintah melalui aparturnya harus terus melakukan adaptasi terhadap semua bentuk perubahan yang terjadi di masyarakat, khususnya terkait pelayanan informasi. Pemberian pelayanan informasi publik oleh aparatur pemerintah kepada masyarakat merupakan implikasi dari fungsi aparat negara sebagai pelayan.



Pemberian layanan informasi juga harus dapat diberikan kepada kelompok rentan seperti penyandang disabilitas. Hak atas informasi bagi penyandang disabilitas adalah hak asasi manusia yang bersifat universal. Resolusi Majelis Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tahun 2006, yang kemudian dituangkan dalam Konvensi Hak-Hak Penyandang Disabilitas (CRPD). Semua dijamin Konstitusi dalam Pasal 28 F UUD 1945 yaitu “Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya” serta berhak untuk mencapai, memperoleh, memiliki, dan menyimpan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia”.

Berlandaskan hal-hal yang telah diuraikan di atas, maka guna mengoptimalkan pelayanan informasi publik di lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf khususnya layanan informasi kepada kelompok rentan, dalam hal ini rekan-rekan penyandang disabilitas, PPID Utama Kemenparekraf/Baparekraf melaksanakan kegiatan “Forum Keterbukaan Informasi Publik Kemenparekraf/Baparekraf Tahun 2023 dengan tema “Kesetaraan dalam Keterbukaan Informasi Publik.” Akan ada panel khusus yang membahas mengenai “Akses Informasi Publik yang Ramah bagi Penyandang Disabilitas”. Selama ini Kemenparekraf/Baparekraf baik di tingkat PPID Utama

hingga PPID Pelaksana di Poltekpar dan Badan Pelaksana Otorita telah memiliki sarana prasarana penunjang untuk aksesibilitas rekan-rekan penyandang disabilitas dan juga akses informasi publik di website kemenparekraf.go.id dan microsite ppid.kemenparekraf.go.id yang dapat melayani permohonan informasi rekan-rekan penyandang disabilitas. Dengan kegiatan ini, diharapkan ke depannya, pelayanan informasi publik bagi kelompok rentan, terutama rekan-rekan penyandang disabilitas dapat dilaksanakan secara lebih maksimal.

Pada kegiatan ini, juga akan dilaksanakan Penganugerahan terhadap PPID Pelaksana yang telah mengikuti monitoring dan evaluasi pengelolaan layanan informasi publik di lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf, terutama di 9 PPID Pelaksana, baik 6 unit kerja PPID Poltekpar dan 3 unit kerja Badan Pelaksana Otorita. Penilaian kinerja PPID Pelaksana ini dilakukan dengan berpedoman pada Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, Peraturan Komisi Informasi Nomor 1 Tahun 2021 tentang Standar Layanan Informasi Publik, dan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 11 Tahun 2020 tentang Pelayanan Informasi Publik di lingkungan Kemenparekraf/Baparekraf.

Selain penganugerahan, juga akan dilaksanakan *launching* buku “Panduan Komunikasi Krisis yang disusun oleh Tim Biro Komunikasi Krisis Kemenparekraf/Baparekraf dengan dipimpin langsung oleh Kepala Biro Komunikasi Kemenparekraf/Baparekraf, I Gusti Ayu Dewi Hendriyani. Buku ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh pemangku kepentingan dan lapisan masyarakat dalam hal komunikasi krisis, terutama di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.

Kegiatan ini dilaksanakan di Hotel Borobudur Jakarta tanggal 24 Oktober 2023, dengan keynote speaker Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Baparekraf Sandiaga Salahuddin Uno (Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia) dan Usman Kansong (Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia). Narasumber dari Ketua Komisi Nasional Disabilitas, Komisioner Komisi Informasi Pusat, Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. Dengan Pengelolaan Informasi Publik PPID Pelaksana Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

3) 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).



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*.

4) PELIPUTAN PIMPINAN UNTUK PUBLIKASI MEDIA SOSIAL KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF



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.

5) 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.



6) FORUM TEMATIK BAKOHUMAS KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF

Forum Sosialisasi "Manajemen Komunikasi Krisis: Strategi Menghadapi Tantangan dalam Pariwisata dan Ekonomi Kreatif" merupakan sebuah acara yang diinisiasi melalui kerjasama antara Biro Komunikasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dengan Badan Koordinasi Hubungan Masyarakat (Bakohumas). Acara ini diadakan sebagai wujud komitmen Kemenparekraf dan

Bakohumas untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan dalam mengelola komunikasi krisis di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Sebagai dua entitas yang memiliki peran penting dalam memperkuat hubungan masyarakat dan komunikasi di tingkat pemerintahan serta institusi lainnya, Kemenparekraf dan Bakohumas menyadari pentingnya manajemen komunikasi krisis sebagai bagian integral dalam menjaga citra, reputasi, dan responsifitas dalam menghadapi situasi yang mengancam. Oleh karena itu, forum sosialisasi ini diharapkan dapat menjadi wadah untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan praktik terbaik dalam menghadapi berbagai tantangan dan krisis yang mungkin timbul di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.



Tujuan diselenggarakan forum ini adalah:

1. Meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya manajemen komunikasi krisis dalam menghadapi situasi krisis dan tantangan di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.
2. Memperkenalkan prinsip-prinsip dan landasan teori dalam manajemen komunikasi krisis sebagai dasar untuk merespon dan mengatasi krisis komunikasi dengan efektif.

3. Memberikan wawasan mengenai strategi respons krisis yang tepat dan efisien yang dapat diadaptasi oleh pelaku di industri pariwisata dan ekonomi kreatif.
4. Membangun sinergi dan kerjasama antara Kemenparekraf dan Bakohumas dalam menghadapi tantangan komunikasi dan meningkatkan koordinasi dalam mengelola krisis yang mungkin muncul di masa depan.



4. MENINGKATNYA KEPUASAN UNIT ESELON I TERHADAP LAYANAN BIRO KOMUNIKASI

Dalam era yang kian dinamis saat ini, perlu menggalakkan gerakan tata kelola pemerintahan yang dinamis (*dynamic governance*) serba cepat, responsif, efektif, dan efisien demi mewujudkan pelayanan publik yang prima. Untuk itu dalam mendukung terciptanya ASN yang BerAKHLAK (Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif), Biro Komunikasi terus berupaya memberikan layanan terbaik terkait pemberian dukungan informasi publik, hubungan masyarakat, pengelolaan media digital, dan produksi konten terkait informasi produk kebijakan dan program di lingkungan Kementerian/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Untuk meningkatkan pelayanan dan perbaikan-perbaikan internal, Biro Komunikasi menetapkan tingkat kepuasan satker Eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi menjadi indikator kinerja sasaran kegiatan dengan formula pengukuran sebagai berikut :

1. Tentukan bobot masing-masing pertanyaan (b_n) kuesioner kepuasan (total bobot seluruh pertanyaan harus sama dengan 100%)
2. Hitung nilai kepuasan untuk setiap pertanyaan dengan rumus : Skala likert (n) x Jumlah responden yang memilih skala tersebut (f). Lakukan untuk seluruh skala dan seluruh responden. Jumlahkan nilai kepuasan setiap pertanyaan ($\sum(fn)$) serta jumlah responden yang memilih ($\sum f$).
3. Hitung rata-rata jawaban responden (n) untuk setiap pertanyaan dengan rumus : $(\sum(fn)) / (\sum f)$
4. Hitung tingkat kepuasan untuk setiap pertanyaan (X) dengan rumus : $(X) = (n) \times (b_n)$
5. Jumlahkan tingkat kepuasan untuk seluruh pertanyaan

Berdasarkan target yang telah ditetapkan atas IKSK. 5 Tingkat Kepuasan Satker Terhadap Layanan Biro Komunikasi pada Tahun 2023 sebesar 3,4 Skala Likert, telah tercapai dengan capaian sebesar 100.87%, yang artinya realisasi target indikator kinerja sasaran kegiatan tersebut sebesar 3,43 Skala Likert berdasarkan hasil survey dengan menyebar kuesioner yang diisi oleh 90 responden yang tersebar ke semua satker pusat dan 9 satker mandiri di lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Persandingan Realisasi Indikator Tingkat kepuasan satker Eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi dapat di lihat pada tabel berikut ini :

No	Indikator Kinerja	2022		2023		% Capaian
		Target	Realisasi	Target	Realisasi	
4.	Tingkat kepuasan satker Eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi	3,3	3,4	3,4	3,43	100,87

Berdasarkan data tersebut di atas, maka pencapaian Tingkat kepuasan satker Eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi Tahun 2023 mengalami kenaikan dibandingkan dengan realisasi Tahun 2022 sebesar 3,43 dengan selisih 0,03.

Dari Indikator “Tingkat kepuasan satker Eselon I terhadap layanan Biro Komunikasi” tersebut, telah dilaksanakan kegiatan sebagai berikut :

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.

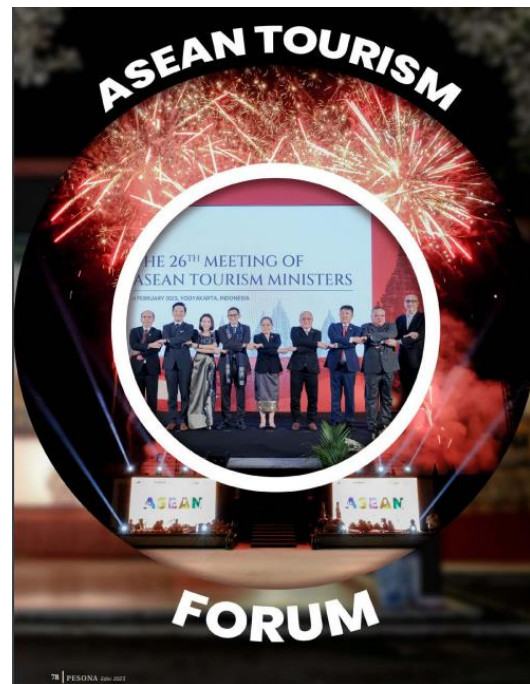
2) PARTISIPASI EVENT PAREKRAF DALAM DAN LUAR NEGERI

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.

Melalui ATF 2023, Indonesia menunjukkan kemampuan menjadi tuan rumah dan Ketua ATF yang baik lewat terciptanya kolaborasi yang baik antara pemerintah dengan sejumlah pihak, termasuk swasta. Dalam perjalanan menyukseskan ajang akbar ini pemerintah Indonesia bekerja sama dengan pemerintah DIY, Tiket.com, asosiasi perhotelan, BUMN, dan tentunya penyelenggara pameran. Kolaborasi ini penting untuk dijalin dan dirawat dengan baik karena pengembangan sektor parekraf perlu melibatkan banyak pihak, tak hanya pemerintah, baik pusat maupun daerah, namun juga swasta. Keberhasilan ATF tak hanya dari terwujud sisi ekonomi tapi juga kerja sama multilateral. Sebagai Ketua ATF, Indonesia berhasil memimpin negara-negara ASEAN untuk sepakat memperkuat langkah kolaboratif dalam mengidentifikasi dan menjalankan langkah-langkah strategis dalam meningkatkan pelaksanaan ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2016-2025. ATF 2023 menghasilkan kesepakatan bersama negaranegara ASEAN dalam meningkatkan peran pariwisata, mendorong kebangkitan ekonomi dan lapangan kerja di dalam kawasan untuk menjadikan ASEAN sebagai episentrum pertumbuhan ekonomi global. Beberapa hal lain yang disepakati dalam pertemuan ini adalah peningkatan kapasitas tenaga



profesional pariwisata ASEAN melalui Mutual Recognition Arrangement for Tourism Professionals (MRA-TP), peningkatan pengembangan pariwisata yang bertanggung jawab, berkelanjutan dan inklusif, serta mendorong transformasi dan adopsi wisata digital.



3) PENYUSUNAN PROGRAM BIRO KOMUNIKASI

Kegiatan penyusunan program kerja biro memfasilitasi penyusunan dan perencanaan program kerja di lingkungan Biro Komunikasi agar program dan kegiatan dapat dilaksanakan dengan baik, efektif dan efisien dalam rangka mendukung kinerja kementerian. Output dari dilaksanakannya kegiatan Penyusunan Program Kerja Biro Komunikasi 2023 adalah untuk memfasilitasi penyusunan rencana kerja dan anggaran yang efektif dan efisien dalam pengelolaan anggaran belanja pemerintah guna mendukung kinerja Biro Komunikasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

B. Realisasi Anggaran Tahun 2023

Biro Komunikasi memiliki sesuai Perjanjian Kinerja yaitu **Rp. 58.179.113.000** (Lima puluh delapan miliar seratus tujuh puluh sembilan juta seratus tiga belas ribu rupiah), dana yang telah terserap adalah sebesar **Rp.58.062.329.836** (lima puluh delapan miliar enam puluh dua juta tiga ratus dua puluh sembilan ribu delapan ratus tiga puluh enam rupiah) atau **99,80%**.

Tabel Realisasi Anggaran Biro Komunikasi Tahun Anggaran 2023

Uraian	Pagu Anggaran	Realisasi	%	Sisa
Peningkatan Layanan Komunikasi Publik	58,179,113,000	58,062,329,836	99.80	116,783,164
A 051 Hubungan Masyarakat	20,414,363,000	20,412,563,154	99.99	1,799,846
1 Peningkatan PR-Ing Kinerja Kemenparekraf	4,127,783,000	4,127,782,000	100.00	1,000
2 Jumpa Pers Akhir Tahun	799,770,000	799,770,000	100.00	-
3 Penyelenggaraan Publikasi dan Pemberitaan	8,624,920,000	8,624,505,745	100.00	414,255
4 Press Tour	215,227,000	215,227,000	100.00	-
5 Intelijen Media Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	595,200,000	595,200,000	100.00	-
6 Monitoring dan Analisis Berita	3,086,649,000	3,086,603,600	100.00	45,400
7 Pengembangan Opini Publik Terhadap Citra Parekraf	21,396,000	21,396,000	100.00	-
8 Sosialisasi Informasi Dan Kebijakan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Melalui Komunitas	1,738,462,000	1,738,331,833	99.99	130,167
9 Event Menjaring Komunitas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	880,447,000	879,327,276	99.87	1,119,724
10 Community Trip	44,820,000	44,730,900	99.80	89,100
11 Penyelenggaraan Publikasi Melalui Pameran	16,739,000	16,738,800	100.00	200
12 Forum Komunikasi Kehumasan	262,950,000	262,950,000	100.00	-
B 052 Penyediaan Informasi Publik	8,471,219,000	8,470,380,877	99.99	838,123
1 Kordinasi Antar Mitra Kerja Pemerintah	1,755,945,000	1,755,851,970	99.99	93,030
2 Peningkatan Hubungan Kerja Sama Dengan Mitra Kerja	872,225,000	871,875,000	99.96	350,000
3 Pengelolaan Layanan Informasi dan Komunikasi Publik	2,322,764,000	2,322,723,125	100.00	40,875
4 Peningkatan Kapasitas SDM Informasi dan Layanan Publik	379,640,000	379,639,300	100.00	700
5 Monitoring dan Evaluasi Informasi Publik Kemenparekraf/Baparekraf Tahun 2023	660,226,000	660,122,983	99.98	103,017

6	Pemantauan dan Pencegahan Krisis Parekraf	2,023,569,000	2,023,437,494	99.99	131,506
7	Peningkatan Kompetensi Komunikasi Krisis Parekraf	245,376,000	245,280,429	99.96	95,571
8	Evaluasi dan Dokumentasi Komunikasi Krisis Parekraf	211,474,000	211,450,576	99.99	23,424
C	053 Produksi Konten	12,179,054,000	12,177,664,129	99.99	1,389,871
1	Penyediaan Informasi Kepariwisata Melalui Pesona Emagazine	160,733,000	160,732,920	100.00	80
2	Penyiapan Bahan Publikasi Narasi	2,332,016,000	2,332,008,944	100.00	7,056
3	Pendampingan dan Peliputan Kegiatan Program Kerja Kementerian	3,862,756,000	3,861,719,627	99.97	1,036,373
4	Penyelenggaraan Sistem Pengelolaan Dokumentasi Kemenparekraf	2,396,812,000	2,396,812,000	100.00	-
5	Pembuatan Konten Grafis Kebijakan dan Program Kerja Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif	3,162,276,000	3,161,929,638	99.99	346,362
6	Pembuatan Materi Grafis Pedoman dan Pelayanan Publik	264,461,000	264,461,000	100.00	-
D	054 Media Digital	14,300,825,000	14,189,109,365	99.22	111,715,635
1	Evaluasi Efektivitas Pemuatan dan Penayangan Informasi Kebijakan dan Kinerja Kemenparekraf di Media Digital	13,000,000	13,000,000	100.00	-
2	Penyajian Informasi Kinerja dan Kebijakan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Melalui Website	1,091,419,000	1,091,393,538	100.00	25,462
3	Penyajian Konten Informasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Melalui Videotron dan Digital Poster	1,500,242,000	1,499,988,740	99.98	253,260
4	Peningkatan Pemahaman Terkait Kompetensi Digital	289,350,000	288,937,178	99.86	412,822
5	Penyelenggaraan Kompetisi Digital	888,471,000	888,471,000	100.00	-
6	Aktivasi Media Sosial dan Website Kemenparekraf	1,384,207,000	1,384,205,128	100.00	1,872

7	Penyediaan Informasi Tentang Kebijakan dan Program Kemenparekraf Melalui Media Sosial	5,164,952,000	5,054,759,248	97.87	110,192,752
8	Penayangan dan Pemuatan Informasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Media Sosial dan Digital	2,130,451,000	2,129,871,324	99.97	579,676
9	Peliputan Pimpinan Untuk Publikasi Media Sosial	1,131,589,000	1,131,341,487	99.98	247,513
10	Peningkatan Pemahaman Media Sosial Terkait Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	707,144,000	707,141,722	100.00	2,278
E	055 Administrasi Tata Usaha	2,813,652,000	2,812,612,311	99.96	1,039,689

C. Efisiensi Penggunaan Sumber Daya

Sumber Daya Manusia memiliki peran penting dalam pelaksanaan kegiatan Biro Komunikasi dalam rangka memberikan layanan dan peningkatan kinerja organisasi Biro. Jumlah pegawai Biro Komunikasi terdiri atas Pegawai Negeri Sipil, Pegawai Pemerintah dengan Perjanjian Kerja (PPPK), Pegawai Tidak Tetap dan Tim Kreatif dengan rincian selama tahun 2021-2023 pada tabel berikut:

Tabel
Jumlah Sumber Daya Manusia di Biro Komunikasi

Jabatan	2021	2022	2023	Ket
Kepala Biro Komunikasi	1	1	1	PNS
Pranata Humas Ahli Madya	4	3	2	PNS
Pranata Humas Ahli Muda	11	11	11	PNS
Penerjemah Ahli Muda	1	1	1	PNS
Pranata Humas Ahli Pertama	2	2	2	PNS
Pranata Humas Ahli Pertama	0	0	3	PPPK
Analisis Humas dan Protokol	1	1	1	PNS
Analisis Pelayanan	3	3	3	PNS

Analisis Pengembangan Protokol Manajemen Krisis dan Simulasi Penanganan Krisis	1	1	1	PNS
Analisis Diklat	1	1	1	PNS
Analisis Berita	2	2	2	PNS
Analisis Rencana Program dan Kegiatan	0	1	1	PNS
Analisis Pariwisata	1	1	1	PNS
Analisis Penerapan Aplikasi dan Konten	0	1	1	PNS
Perancang Grafis	0	2	2	PNS
Pranata Fotografi	0	2	2	PNS
Pengadministrasi Umum	1	1	1	PNS
PTT	21	21	20	PTT
Tim Kreatif	45	45	48	TC
Pengemudi	1	1	1	PTT

Pada tahun 2023, Biro Komunikasi mendapat penambahan pegawai melalui formasi seleksi PPPK yang berjumlah 3 (tiga) pegawai maka jumlah pegawai Biro Komunikasi 104 (Seratus empat) pegawai. Hal ini memperkuat amunisi bagi Biro Komunikasi untuk tercapainya kinerja Biro Komunikasi

D. Kinerja Lain-Lain

1. PERAYAAN HARI IBU

Dalam rangka memperingati Perayaan ke-95 Hari Ibu, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melaksanakan Perayaan Hari Ibu pada tanggal 20 Desember 2023 di ruang Balairung Soesilo Soedarman, Gedung Sapta Pesona, Jakarta, dengan tema yang menginspirasi, yaitu "Perempuan Tangguh untuk Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang Inklusif." Tema ini mempertegas peran luar biasa perempuan dalam mengembangkan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif kita, serta menjadikan inklusivitas sebagai fondasi bagi pertumbuhan yang berkelanjutan.



Perempuan sebagai agen perubahan yang telah aktif berkontribusi dalam setiap perubahan dan dinamika yang mendorong kemajuan bangsa. Perempuan di

Indonesia telah membuktikan kemampuan mereka dalam berbagai aspek kehidupan, dari ekonomi hingga politik, dari seni budaya hingga pendidikan. Mereka telah berperan kunci dalam menghadirkan revolusi sosial, ekonomi, dan budaya.

Peran penting perempuan dalam proses perubahan positif yang telah mempengaruhi dan terus mempengaruhi Indonesia. Sepanjang sejarah Indonesia, perempuan telah menjadi agen perubahan yang aktif dalam berbagai bidang, menginspirasi dan memotivasi orang lain untuk berpartisipasi dalam upaya mewujudkan perubahan positif di masyarakat.

Perempuan telah menjadi pilar utama dalam membuka pintu ke keindahan dan keragaman destinasi pariwisata, menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi setiap pelancong. Keberanian perempuan memimpin, membangun, dan menginspirasi tidak hanya memberi warna pada pariwisata, tetapi juga mengarahkan kita menuju inklusivitas yang merangkul semua lapisan masyarakat.

Di sektor ekonomi kreatif, perempuan di Indonesia telah terlibat secara signifikan dalam ekonomi kreatif dan UMKM, yang merupakan tulang punggung ekonomi nasional. Mereka telah menunjukkan ketangguhan dalam berbisnis di tengah krisis dan telah menjadi penopang ekonomi, terutama selama pandemi COVID-19.

Dalam momen ini, mari kita bersama-sama merayakan Peringatan Hari Ibu menjadi tonggak gerakan perempuan Indonesia untuk berkontribusi aktif memajukan bangsa untuk mewujudkan pembangunan yang berkesetaraan gender, sehingga dapat membangun kesadaran akan pentingnya kerja nyata dan kerja kolaboratif dari semua pihak untuk mendorong kemajuan perempuan Indonesia.



E. Evaluasi Internal

Setiap pelaksanaan program kerja perlu evaluasi internal secara menyeluruh untuk mengukur pencapaian kinerja, efektivitas, dan efisiensi. Biro Komunikasi melakukan evaluasi internal yang dilakukan melalui evaluasi program kerja dan dialog kinerja secara berkala.

BAB IV PENUTUP

Biro Komunikasi merupakan salah satu Unit Kerja Eselon II yang menempati posisi krusial sebagai unsur pelaksana dalam memberikan layanan informasi publik, hubungan masyarakat, pengelolaan media digital, dan produksi konten serta pelaksanaan urusan administrasi biro di Lingkungan Sekretariat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Sekretariat Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Melalui peran tersebut diharapkan Biro Komunikasi dapat memberikan kontribusi dalam mencapai visi dan misi organisasi di lingkungan Sekretariat Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Sekretariat Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, sehingga Indikator Kinerja Utama (IKU) dapat tercapai dan dipertanggungjawabkan.

Secara umum, program kerja dan kegiatan Biro Komunikasi selama tahun 2023 telah dilaksanakan dalam rangka mencapai target kinerja Biro Komunikasi yang telah ditentukan sebelumnya. Biro Komunikasi juga telah mengimplementasikan penganggaran berbasis kinerja dalam proses manajemen kerja di lingkungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Selain itu, kolaborasi dan koordinasi antar tim kerja di lingkungan Biro Komunikasi menjadikan pelaksanaan program kerja dan kegiatan dapat berjalan dengan baik dan lancar, sehingga target-target yang telah ditetapkan dapat tercapai.

Pada tahun 2023, Biro Komunikasi memiliki anggaran sebesar **Rp58.179.113.000** (Lima puluh delapan miliar seratus tujuh puluh sembilan juta seratus tiga belas ribu rupiah), dengan dana yang telah terserap sebesar **Rp58.062.329.836** (Lima puluh delapan miliar enam puluh dua juta tiga ratus dua puluh sembilan ribu delapan ratus tiga puluh enam rupiah) atau **99,80%** (realisasi sampai dengan akhir Desember) dengan capaian kinerja sebesar 100%.

Alokasi anggaran tersebut disediakan untuk melaksanakan tugas dan fungsi Biro Komunikasi pada tahun anggaran 2023. Berkat usaha dan kerja keras dari seluruh jajaran pejabat dan staf Biro Komunikasi, target kinerja dan realisasi anggaran dapat dicapai dengan baik melalui pelaksanaan kegiatan-kegiatan secara akuntabel.

A. Kesimpulan

Laporan Akuntabilitas Kinerja Biro Komunikasi pada dasarnya merupakan bentuk pertanggung jawaban atas program dan kegiatan strategis yang telah ditetapkan dan sebagai tindak lanjut Peraturan **Presiden** (PERPRES) Nomor 29 Tahun 2014 tentang Sistem **Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah** dan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 88 Tahun 2021 Tentang Evaluasi Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah. Secara umum tujuan, program ataupun sasaran Biro Komunikasi Tahun 2023 telah berjalan dengan baik meskipun masih ditemui sejumlah hambatan atau kendala dalam pelaksanaannya. Hasil yang telah dicapai di tahun 2023 tentunya masih perlu ditingkatkan lagi di tahun mendatang agar dapat merespon setiap tantangan dan hambatan yang semakin tinggi.

Adapun keberhasilan atas pencapaian target dari kegiatan atau sasaran yang ditetapkan adalah tidak lepas dari peran serta semua pihak yang terlibat didalamnya. Keberhasilan tersebut merupakan cerminan dari telah berjalannya sistem kerja yang berlaku dan didukung oleh suasana kerja yang dinamis dan bersifat kekeluargaan. Keberhasilan yang telah dicapai di lingkungan Biro Komunikasi antara lain semakin meningkatnya kualitas kerja para pegawai yang tentunya membawa dampak kepada peningkatan mutu pelayanan yang diberikan kepada publik. Atas keberhasilan yang telah dicapai tersebut tentunya perlu diberikan apresiasi atau penghargaan kepada semua pihak yang berperan serta didalamnya.

B. Rekomendasi/Langkah-Langkah Perbaikan Yang Akan Datang

Dalam rangka peningkatan kualitas kinerja Biro Komunikasi pada tahun 2024 perlu adanya langkah-langkah inovasi sebagai berikut:

1. Peningkatan SDM yang akan mendukung pelaksanaan tugas Biro Komunikasi dalam penyebaran informasi secara terstruktur, sistematis dan masif;
2. Peningkatan pengelolaan informasi dan publikasi secara digital (mengikuti perkembangan zaman) untuk menjawab permasalahan ke depan;
3. Penetapan target IKU secara lebih cermat dengan memperhatikan capaian kinerja tahun sebelumnya dan perkembangan situasi internal dan eksternal;
4. Laporan pelaksanaan kegiatan agar dilengkapi dengan data dukung terkait informasi capaian kinerja pada tahun tersebut.

Penghargaan

1. Kemenparekraf/Baparekraf Raih Predikat Badan Publik Informatif pada Anugerah Keterbukaan Informasi Publik Tahun 2023



Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) meraih predikat Badan Publik Informatif dalam ajang Anugerah Keterbukaan Informasi Publik (KIP) Tahun 2023 yang diinisiasi Komisi Informasi Pusat (KIP). Kemenparekraf/Baparekraf telah 3 tahun berturut turut meraih predikat Informatif. Tahun 2023 ini Kemenparekraf/Baparekraf mendapatkan nilai 91,63.

Penetapan Kemenparekraf meraih predikat Badan Publik Informatif didasarkan atas monitoring dan evaluasi yang dilakukan dalam dua tahap, yang pertama adalah tahap kuesioner, yaitu terdapat enam indikator penilaian, yaitu sarana prasarana, kualitas informasi, komitmen organisasi, digitalisasi, serta barang dan jasa. Kedua adalah tahap presentasi, dimana Kemenparekraf/Baparekraf mempresentasikan pengelolaan informasi publik di depan dewan juri.

2. Penganugerahan PR Indonesia Awards (PRIA)



Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) kembali meraih sejumlah penghargaan di ajang PR Indonesia Awards (PRIA) 2022. Penghargaan yang diperoleh Kemenparekraf/Baparekraf diantaranya, yaitu :

- a) **GOLD WINNER** : Kategori Kanal Digital Sub Kategori Media Sosial Instagram Sektor Kementerian
- b) **GOLD WINNER** : Kategori Owned Media Sub Kategori E-Magazine Sektor Kementerian
- c) Piagam Penghargaan Kategori Terpopuler di Media Cetak & Online - Sub Kategori Kementerian

wonderful
indonesia 



www.kemenparekraf.go.id



08118956767



Kementerian Pariwisata
dan Ekonomi Kreatif



@kemenparekraf.ri



Kemenparekraf



Kemenparekraf

lucham