

**PROGRAM KERJA  
BIDANG MEDIA &  
PENGALANGAN OPINI**

**DPP PARTAI GOLKAR  
2020**





# PENDAHULUAN

Partai GOLKAR saat ini tengah menghadapi tantangan politik yang cukup berat untuk menghadapi kompetisi dalam Pemilukada serentak 2020 dan Pemilu 2024 mendatang.

Merosotnya perolehan kursi DPR RI pada Pemilu 2014 lalu, ditambah pasca-konflik internal yang berlangsung hampir 2 tahun terakhir membuat Partai GOLKAR harus segera mengambil langkah-langkah strategis yang cepat dan efektif untuk mengembalikan citranya di mata publik.

Salah satu strategi politik yang sangat efektif adalah melalui **optimalisasi peran media informasi dan komunikasi** sebagai alat penggalangan opini yang berguna untuk menyuarakan citra positif Partai GOLKAR kepada publik.



# REVITALISASI FUNGSI BIDANG MEDIA DAN PENGGALANGAN OPINI

## BRANDING

- Sebagai alat untuk membangun popularitas dan citra positif Partai Golkar, baik personal maupun organisasional.

## DATA & INFORMASI

- Sebagai sumber pengelola dan penyedia database dan informasi DPP Partai Golkar.

## DISEMINASI

- Sebagai alat diseminasi yang mampu menyebarluaskan informasi tentang Partai Golkar.

## MANAJEMEN KONTEN, ISU & OPINI

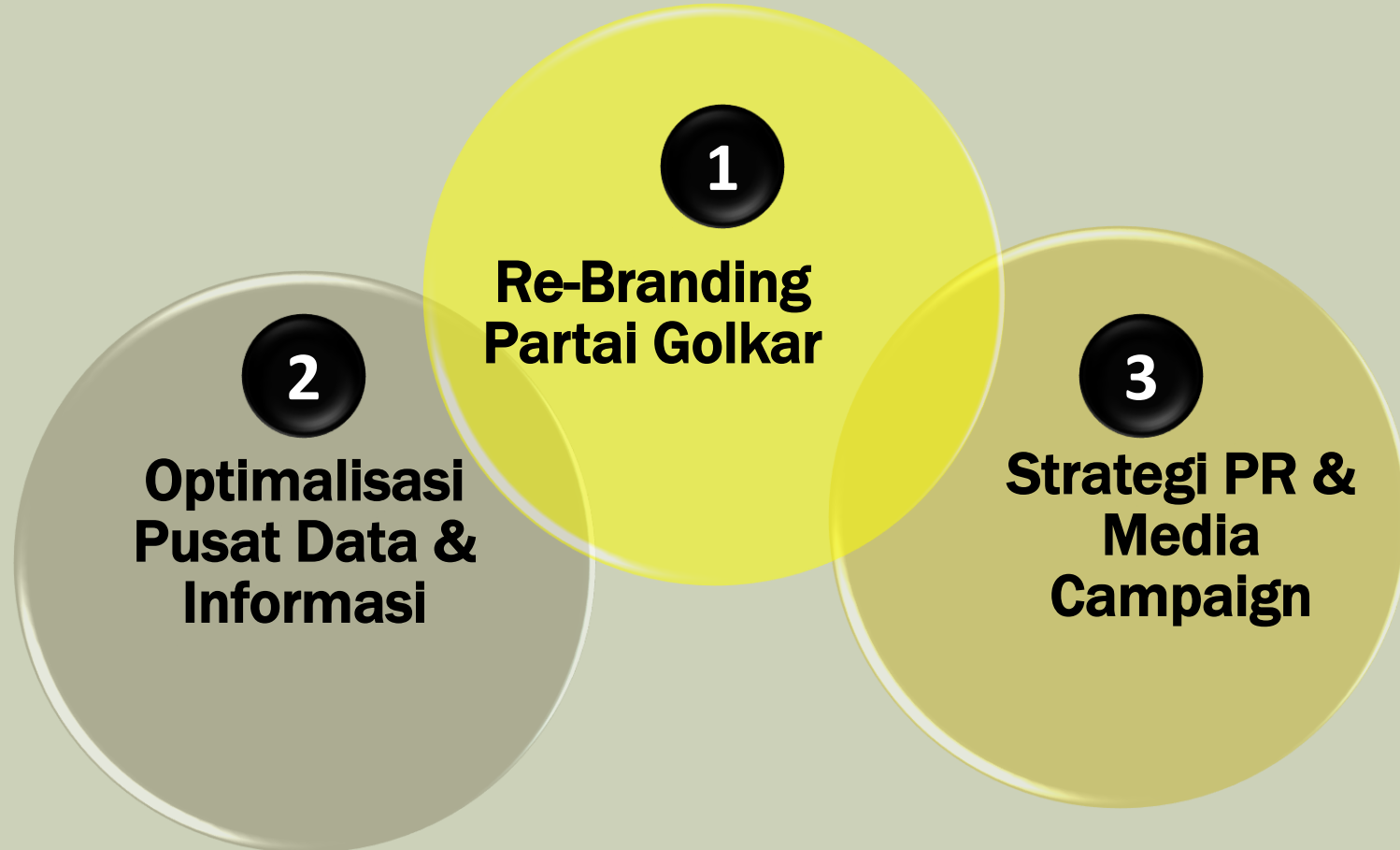
- Sebagai alat untuk mengidentifikasi, menganalisis dan mengelola berbagai isu/opini yang muncul ke permukaan.

## MONITORING & EVALUASI

- Sebagai alat untuk mengukur efektivitas implementasi program kerja Partai Golkar yang telah/sedang berlangsung.

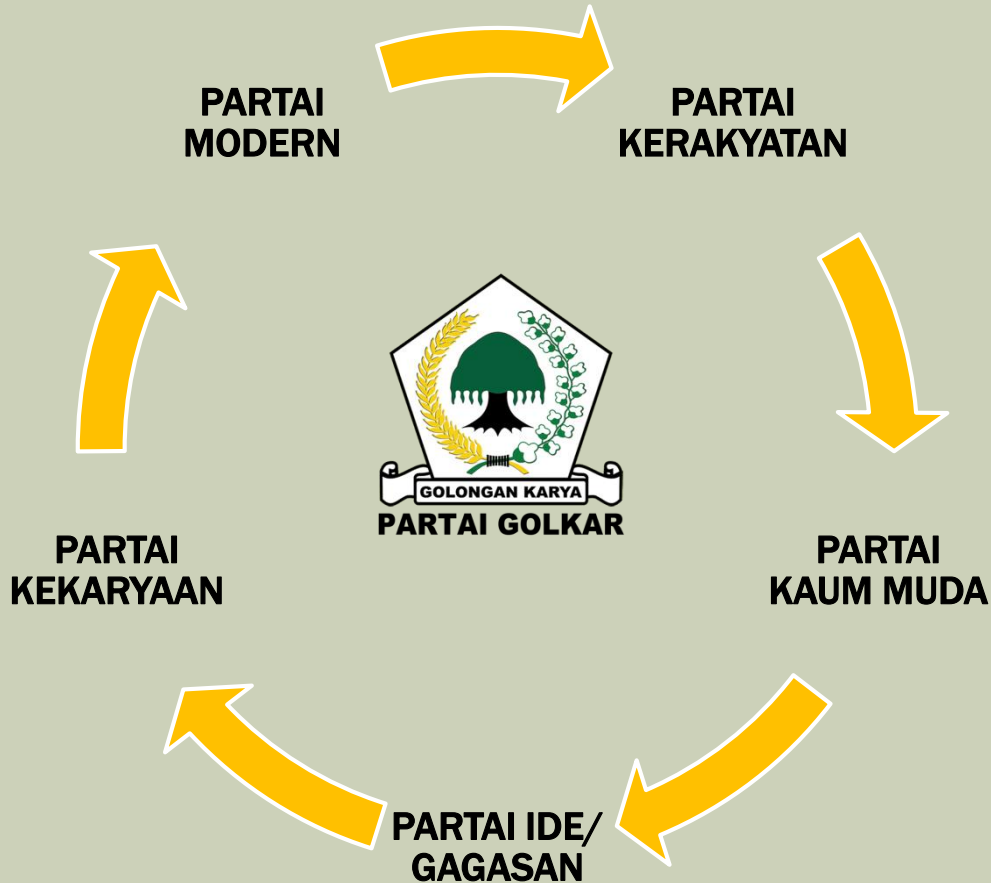


# ORIENTASI PROGRAM KERJA





# RE-BRANDING PARTAI GOLKAR



Sebagai partai modern milik semua kalangan masyarakat, khususnya generasi muda, dan tempat berkumpulnya ide/ gagasan (*the party of ideas*) yang berorientasi pada karya-kekayaan.

**“SMART PARTY”**



# OPTIMALISASI PUSAT DATA & INFORMASI

IT & MULTIMEDIA CENTER

INFRASTRUCTURE

PLAN & STRATEGY

PROGRAM

MEDIA CENTER

INFRASTRUCTURE

PLAN & STRATEGY

PROGRAM

Menjadikan IT & Multimedia Center dan Media Center DPP Partai Golkar sebagai sumber informasi dan pusat penggalangan opini yang mampu mengkampanyekan visi-misi, program kerja, dan arah kebijakan politik serta tujuan Partai Golkar kepada publik.



# PROGRAM IT & MULTIMEDIA CENTER

## E-Database

- Data Pengurus
- Data Kader

## E-Library

- GolkarIndonesia
- E-Books
- E-Photos

## E-Election

- Hasil Pilkada/Pileg/  
Pilpres
- Hasil Survei Politik

**DIGITALISASI GOLKAR**



# PROGRAM MEDIA CENTER

## PR & MEDIA RELATION

- PR Development
- Media Relation: Press Conference, Media Gathering.
- Media Advertising

Membangun hubungan kemitraan dengan insan pers (cetak dan elektronik) dalam rangka mensosialisasikan arah baru dan kebijakan partai.

## DIGITAL MEDIA

- Official Website: [www.partaigolkar.com](http://www.partaigolkar.com)
- Social Media: Twitter, FB, Instagram, Youtube

Sebagai langkah dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi guna membangun interaksi dengan *netizen* (masyarakat pengguna internet & sosial media).

## PRINT MEDIA

- Buletin "Berita Dari Slipi"
- Integrasi Harian Suara Karya

Mengaktifkan kembali buletin *Berita Dari Slipi* yang merupakan terbitan Partai Golkar dan berintegrasi dengan harian *Suara Karya* sebagai corong efektif terkait aktivitas dan kebijakan Partai Golkar.

## MEDIA OPINION & CONTENT MANAGEMENT

- Political Spin
- Opinion Leader

Menghimpun, menganalisis, dan merancang konten dan strategi media sebagai langkah membentuk persepsi publik atas berbagai isu yang berkembang di masyarakat

## MEDIA MONITORING & ANALYSIS

- Media Intelligence
- Social Media Intelligence

Memonitor berbagai permasalahan dan isu-isu strategis yang sedang berkembang di masyarakat.





# STRATEGI PR & MEDIA [1]

## CAMPAIGN PROGRAM

**Golkar sebagai “Smart Party”**

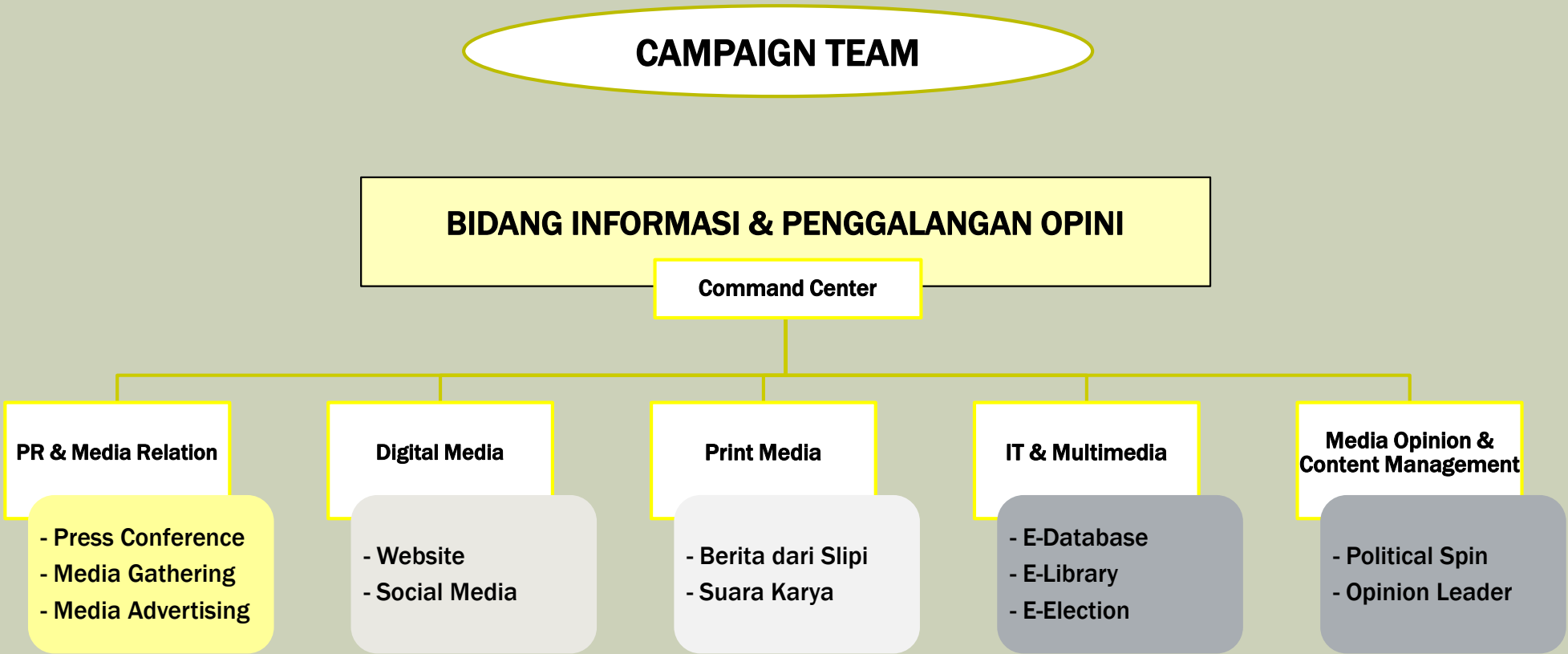
- Partai Rakyat
- Partai Modern
- Partai Ide/Gagasan
- Partai Generasi Muda
- Partai Kekaryaannya

**Airlangga Hartarto sebagai “Sosok Harapan”**

- Mengangkat Profil, Visi-Misi, dan Program Kerja Ketua Umum DPP Golkar 2019-2024.
- Membentuk citra Airlangga Hartarto sebagai harapan baru bagi Partai Golkar



# STRATEGI PR & MEDIA [2]





# MEDIA CAMPAIGN STRATEGY

## ONLINE MEDIA

### MEDIA PARTNER:

- Vivanews
- Merdeka
- Suara Karya Online
- Website F-PG

### MEDIA MAINSTREAM:

- Detik.com
- Kompas.com
- Republika online
- Media Indonesia
- Metrotvnews.com
- Liputan6.com



INTEGRATED



AMPLIFICATION



## SOCIAL MEDIA

- Twitter
- Facebook
- Instagram
- Youtube





# OFFICIAL ACCOUNT



[www.partaigolkar.com](http://www.partaigolkar.com)

[www.facebook.com/golkarindonesia](http://www.facebook.com/golkarindonesia)

Follow us:  
[@golkar\\_id](https://twitter.com/golkar_id)

Find us on:  
**facebook**





# SOCIAL MEDIA PLAN

## CONTENT PLANNING

- Main Topics & Editorial
- Posting Plan

*min. 5 postings/day on weekdays*

## SOCIAL MEDIA CRISIS MANAGEMENT

- Early notification and warning
- Implementation of crisis communication plan
- Establishing crisis engagement

## ENGAGEMENT PROGRAM

- Softnews & Hardnews
- FB/Twitter Regular Quiz

## SOCIAL MEDIA MONITORING AND ANALYSIS

- Daily/Weekly/Monthly Monitoring
- Quantitative Analysis
- Qualitative Analysis
- Graphics and Charts Presentation
- Daily/Weekly/Monthly Reporting



# SOCIAL MEDIA STRATEGY

## OFFLINE

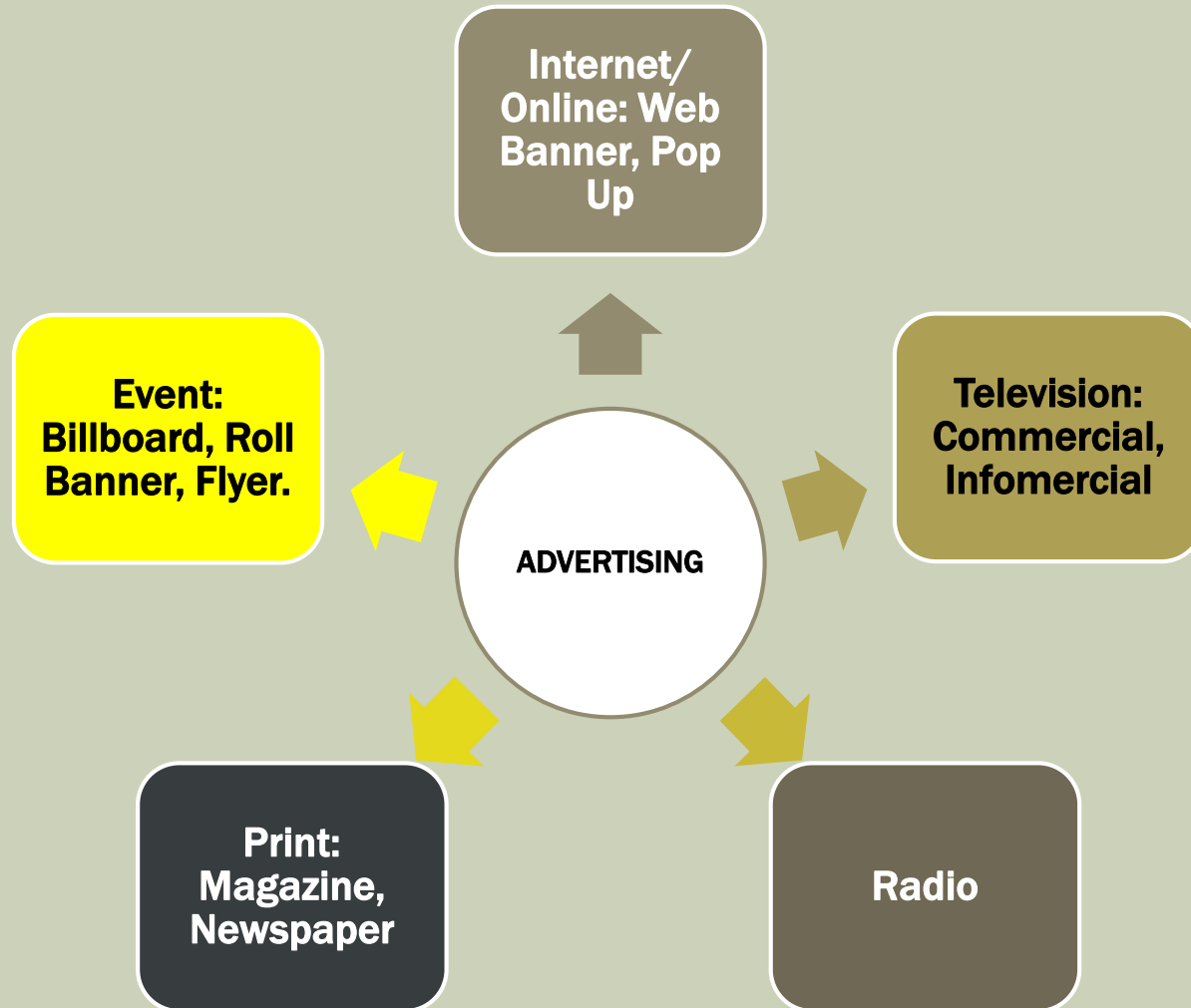
- Mencantumkan alamat Social Media DPP PG di roll up banner, backdrop atau spanduk di semua acara yang diselenggarakan oleh DPP PG.
- Membuat poster atau flyer untuk disebarluaskan kepada seluruh Kader dan Pengurus PG di Pusat/Daerah, Kepala Daerah, Anggota DPR/DPRD dari PG, dan media massa.
- Membuat program Tatap Muka dengan Netizen (Seminar/FGD/Quiz, Evening Tea, dll)

## ONLINE

- Akun social media DPP Partai Golkar di-endorse oleh akun yang sudah kuat (contoh: akun Airlanggahartarto\_official, akun Fraksi Golkar, golkar.Indonesia dll)
- Penggunaan engine social media untuk memperkuat proses diseminasi.
- Strategi SEO untuk menambah pengunjung website dan social media.
- Iklan banner di media online.



# MEDIA ADVERTISING





# PROGRAM KERJA

## 1. MEDIA ADVERTISING:

- Iklan Ramadhan & Idul Fitri DPP Partai Golkar
  - Digital Media Banner: *detik.com* dan *kompas.com*
  - Media Luar Ruang: Spanduk di setiap DPD Partai Golkar se-Indonesia.
- Publikasi Kegiatan Safari Ramadhan ke media lokal dan nasional.

## 2. PR & MEDIA RELATION

- Kunjungan ke media nasional terkemuka: *Kompas, Rakyat Merdeka, Detik.com*
- Pertemuan dan silaturahmi dengan para Pemimpin Redaksi media nasional terkemuka (periodik).
- Mengadakan pertemuan dan silaturahmi dengan para *news maker*, pengamat politik dan analis politik sebagai *spin doctor* perkembangan politik Indonesia.

## 3. SETUP PUSAT DATA & INFORMASI

- IT & Multimedia Center:
  - IT & Multimedia Room (Hardware & Software)
  - E-Database, E-Library, E-Election
- Media Center:
  - Media Center Room (Hardware & Software)
  - Website Development
  - Social Media Account (Twitter, Facebook, Blog, Instagram, Youtube)





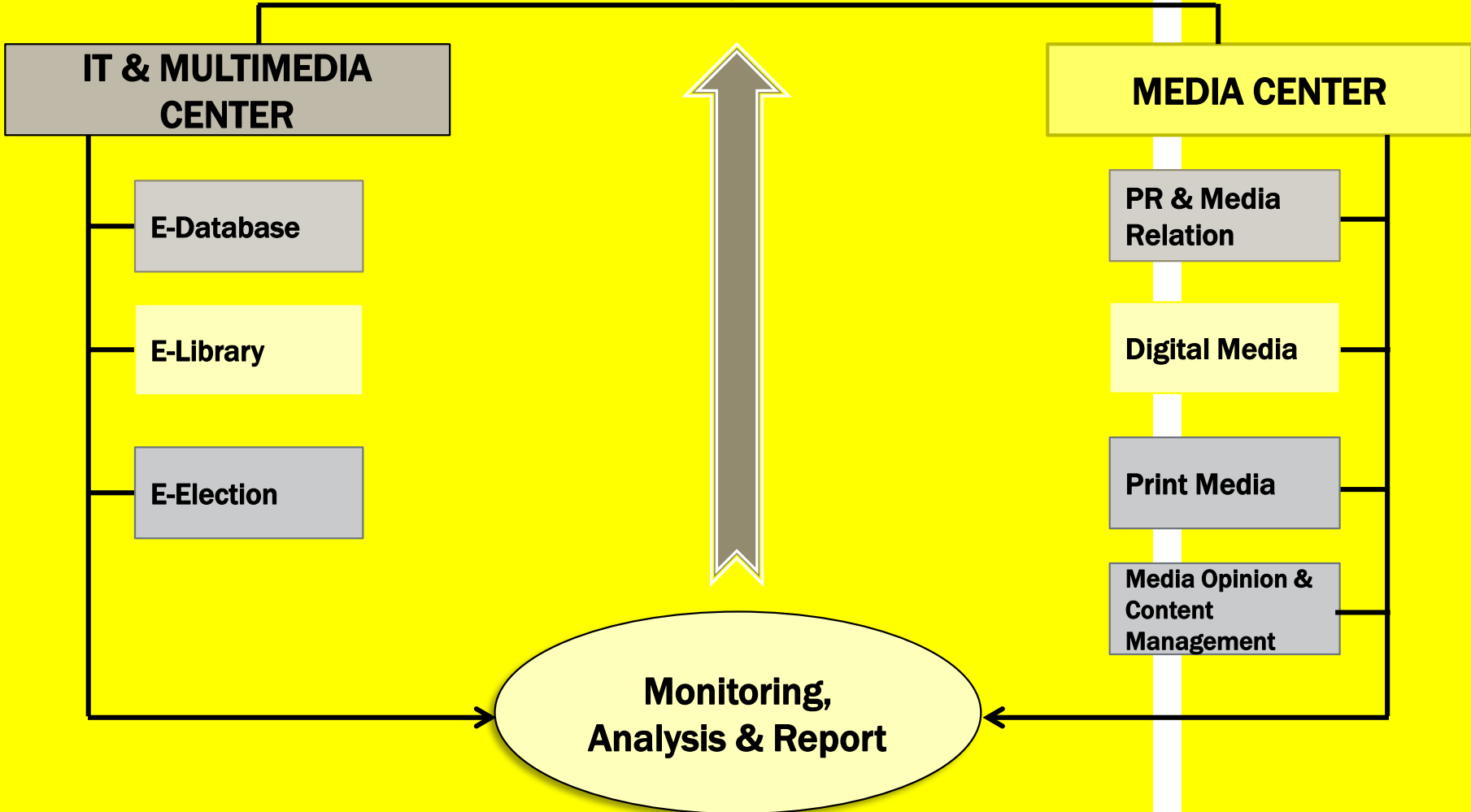
# PROGRAM KERJA

## 4. POLITICAL SPIN, OPINION LEADER & CONTENT MANAGEMENT

- Merespon isu-isu aktual sesuai dengan bidang-bidang Partai GOLKAR di berbagai media massa dan sosial media.
- Silaturahmi dengan para pengamat politik (*as a spin doctor*) dan *news maker* agar memiliki pandangan yang positif terhadap Partai GOLKAR dan diharapkan menjadi corong bagi Partai GOLKAR.

**COMMANDER IN CHIEF**  
*Ketua Bidang MPO*

*Wakil Sekjen Bid. MPO*



**TERIMA KASIH**



**Bidang Media &  
Penggalangan  
Opini**