



**EVALUATING**

**THE STRATEGIC PLAN**

PRESENTED BY: FATHIYA NUR RAHMI, M.I.KOM



# TODAY'S AGENDA

- Mempelajari metode evaluasi program komunikasi strategis.
- Mempelajari cara mengukur awareness, acceptance dan action objective.



## CAPAIAN PEMBELAJARAN

Mahasiswa mampu menjelaskan dan menganalisis poin - poin pertanyaan untuk riset publik mengenai proposal program PR.

# EVALUASI PROGRAM



"Pengukuran hasil proyek / program secara sistematis berdasarkan pencapaian tujuan. Penetapan metode dalam mengukur keberhasilan program merupakan bagian dari tahap perencanaan strategis"




# EVALUATION CRITERIA

1. Dampak bagi organisasi.
2. Realistis (kesesuaian waktu, sumber daya dan biaya untuk pelaksanaan program).
3. Kaitan dengan etika dan tanggung jawab sosial organisasi.
4. Kredibilitas program (didukung oleh sumber data).
5. Ketepatan waktu pelaksanaan program.





# TIMING: WHEN TO EVALUATE

1. Implementation Report, mengukur setiap taktik komunikasi, mendokumentasikan seluruh proses pelaksanaan taktik, melihat ada gap antara rencana dan implementasi.
  2. Progress Report, evaluasi awal dan selama pelaksanaan program, sehingga memungkinkan adanya modifikasi taktik.
  3. Final Evaluation, review keseluruhan program, mengukur impact dan outcome dari berbagai taktik.
- 
- 
- 

# METHODOLOGY: HOW TO EVALUATE



- Judgmental Assessments
- Evaluation of Communication Outputs
- Evaluation of Awareness Objectives
- Evaluation of Acceptance Objectives
- Evaluation of Action Objectives







# Judgmental Assessments



- 
- 
- Bersifat informal
  - Berhubungan dengan pengalaman (Contoh: semua klien senang dengan penyelenggaraan acara)
  - Berdasarkan observasi personal
  - Namun, pengamatan personal sering berubah-ubah dan tidak tepat
  - Tidak dapat mengukur program secara valid



# Evaluation of Communication Outputs



## Message Production.

Seberapa banyak berita diproduksi, mengukur kinerja staff dibandingkan efektivitas program.

## Message Distribution.


Mengukur seberapa banyak berita mengenai organisasi ditayangkan oleh media, hanya mengukur keberhasilan organisasi membangun hubungan dengan media bukan efektivitas program.

## Message Cost.

Biaya yang dikeluarkan untuk publikasi.

## Advertising Equivalency

Mengukur informasi yang dipublikasi tanpa biaya iklan, namun memiliki dampak yang sama.





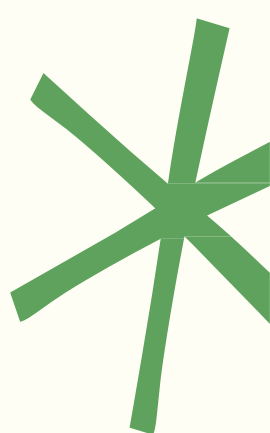
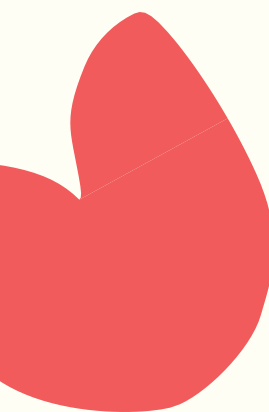



# Evaluation of Awareness Objectives

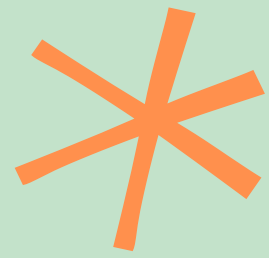


*Mengukur jumlah orang yang terkespos konten dan mengukur sejauh mana pesan dapat diingat oleh publik.*

Adapun Evaluation of Awareness adalah sebagai berikut:

- Message Exposure, lebih terfokus pada perhatian audiens tidak hanya distribusi pesan. (Misalnya dilihat dari jumlah pembaca).
  - Message Content, fokus pada manfaat dan nilai yang terkandung pada pesan.
  - Readability Measures, konten disesuaikan dengan kemampuan target audiens.
  - Message Recall, menggunakan metode «ingatan» pada audines. Ketika membaca pesan, akan paham mengenai suatu pesan. Informasi yang paling sering muncul maka dapat dikatakan efektif.
- 
- 
- 





# Evaluation of Action Objectives

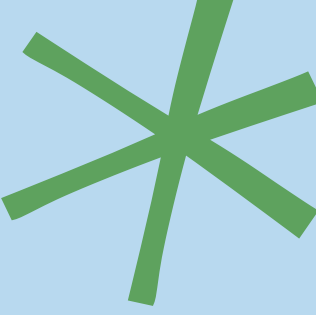
## Audience Participation

Mengukur respon publik secara langsung

## Direct Observation

Melihat kondisi yang berkaitan dengan program.  
Jika yang didapatkan melebihi target, maka dapat dikatakan program tersebut berhasil.

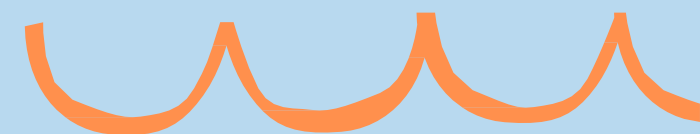





# D. EVALUATION REPORTS

## TUJUAN LAPORAN EVALUASI

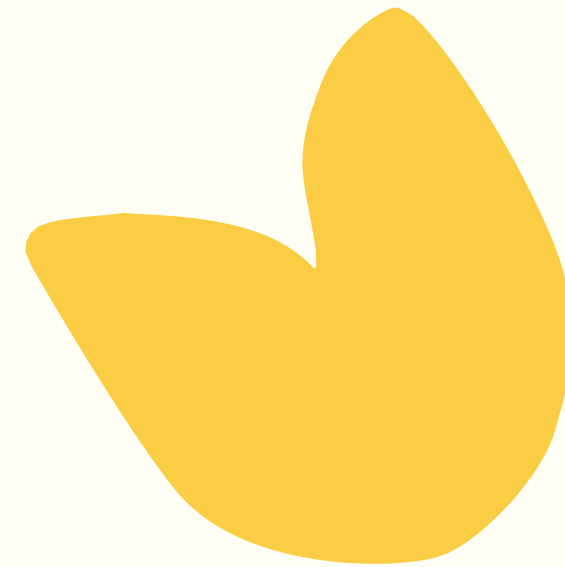
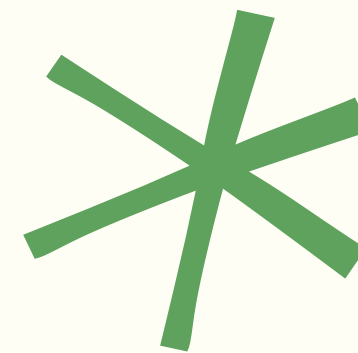
- Dapat dipahami dan dimengerti oleh pembuat keputusan.
- Sebaiknya laporan dibuat dalam format yang jelas dan sederhana sehingga mudah dipahami.
- Laporan evaluasi dapat dijadikan acuan dalam membuat program selanjutnya.





# STRUCTURE OF THE EVALUATION REPORT

- Data hasil analisis diuraikan hubungannya antara tujuan dengan hasil.
- Jelaskan kekurangan pelaksanaan program.
- Cantumkan foto, table dan grafik terkait pelaksanaan program.
- Sertakan executive summary jika laporan lebih dari 5 halaman. Hal ini penting untuk pemahaman publik terkait pelaporan program (khususnya media).

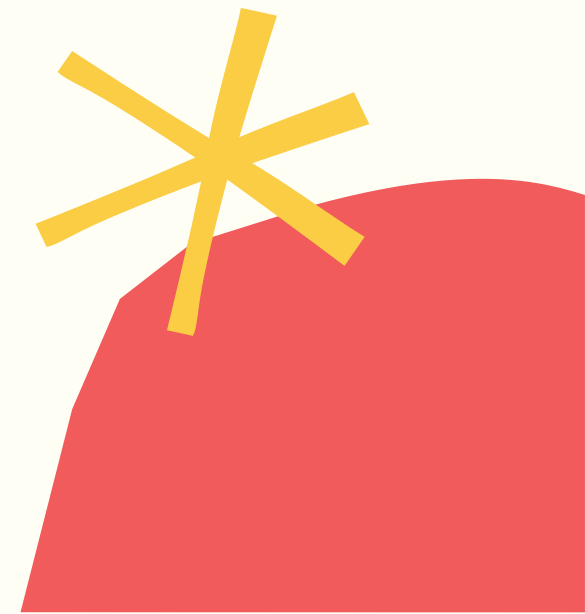


# THE ULTIMATE EVALUATION: VALUE-ADDED PUBLIC RELATIONS



Komunikasi strategis bukan hanya pelaksanaan kegiatan, namun keseluruhan program direncanakan bertujuan untuk meningkatkan hubungan organisasi dengan publiknya. Kegiatan PR dapat menambah nilai dan manfaat bagi organisasi.

Strategi public relations yang efektif dapat membantu organisasi untuk bertahan.



**THANK YOU**

ANY QUESTIONS?

