

PERTEMUAN 4

PRODUKSI MEDIA HUMAS

Presented by:

Team Teaching

Dosen Prodi Ilmu Komunikasi

Universitas Pembangunan Jaya

- **Mahasiswa mampu menganalisa dan membuat konsep strategi PR yang sesuai dengan temuan data (C4, A4)**
- **Mahasiswa mampu membuat kampanye PR dengan menentukan tujuan, target publik sasaran, hingga bekerjasama dengan berbagai pihak terkait agar kampanye berjalan maksimal (C6, A5)**

SUB-CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH



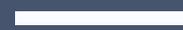


LESSON PLAN

LESSON 4

Mempelajari evaluasi dalam perencanaan kampanye public relations.

LET'S GET STARTED!



TIMELINE DAN PERENCANAAN ANGGARAN DALAM KAMPANYE PR

TIMELINE

- **Timeline dapat dibuat dalam kolom yang dibagi menjadi beberapa minggu selama perencanaan kampanye PR.**
- **Buat rincian agenda perencanaan kampanye pada kolom lalu beri tanda pelaksanaannya (contoh pembuatan timeline dapat dilihat pada rincian tugas).**
- **Sertakan penanggungjawab dalam timeline pada masing-masing kegiatan.**
- **Timeline juga dapat dibuat secara rinci. Contoh kegiatan perhari dalam seminggu pada event tertentu jika hal tsb diperlukan.**

Rincian anggaran dalam setiap kegiatan harus disertakan dalam perencanaan program kampanye.

Bagian ini menjelaskan perkiraan biaya yang dibutuhkan untuk pelaksanaan kampanye.

Rincian biaya dapat meliputi estimasi penggunaan bahan habis pakai, jasa tenaga ahli, hingga laporan kampanye.

Sertakan 10-15% biaya tak terduga dalam perencanaan anggaran.

ANGGARAN

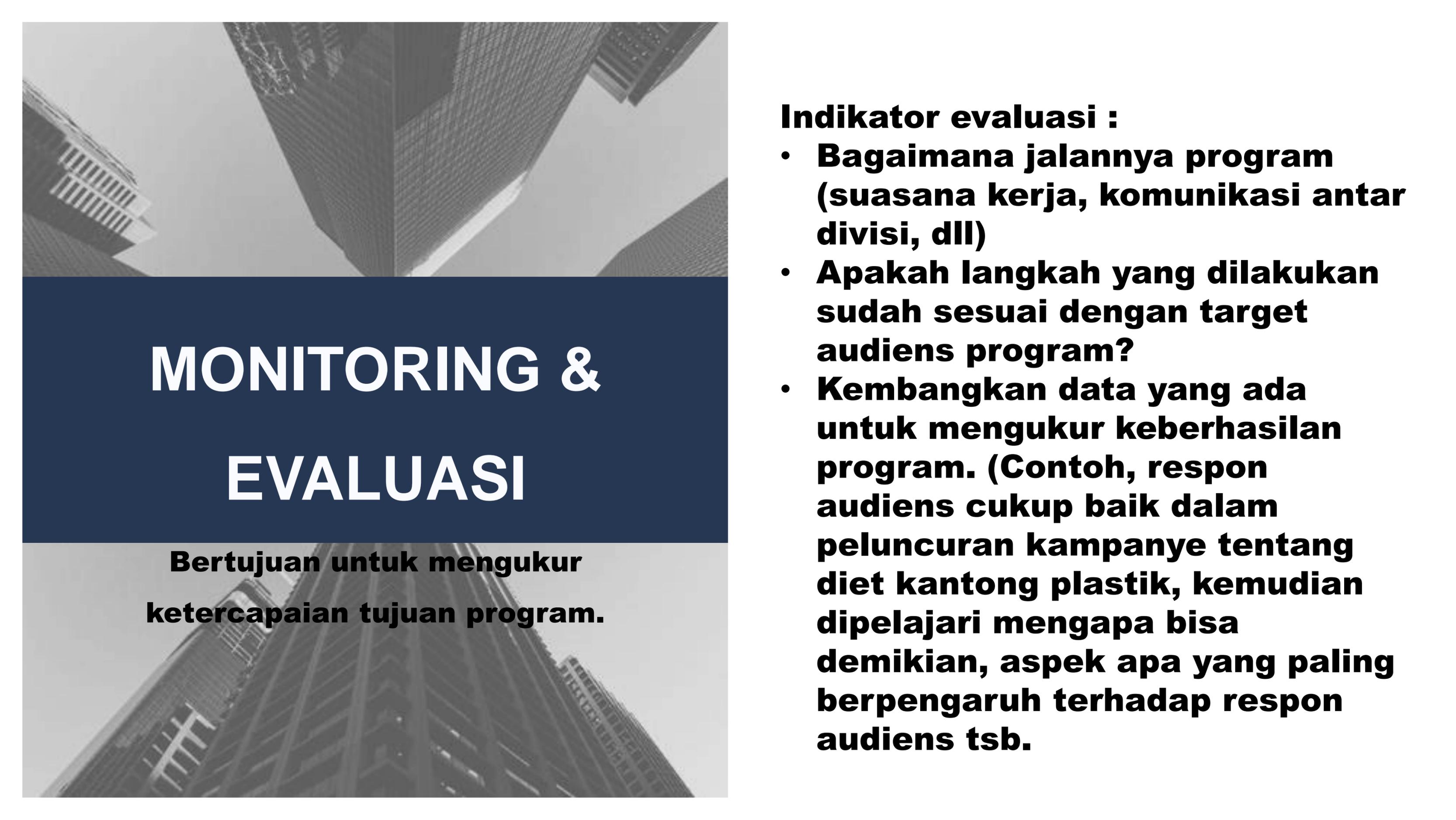
BUDGETING



MONITORING DAN EVALUASI

Dalam perencanaan Kampanye PR



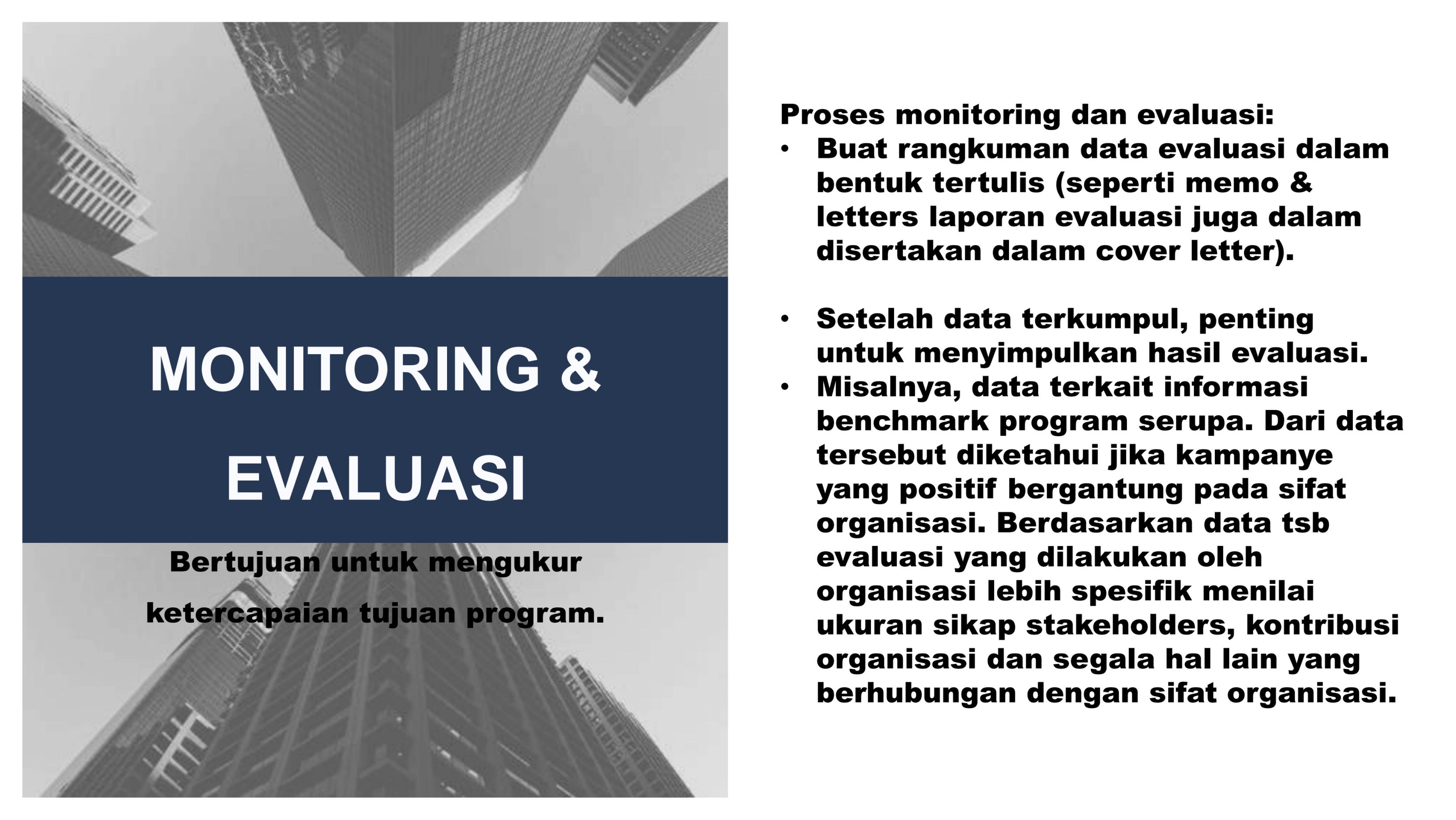


MONITORING & EVALUASI

Bertujuan untuk mengukur ketercapaian tujuan program.

Indikator evaluasi :

- **Bagaimana jalannya program (suasana kerja, komunikasi antar divisi, dll)**
- **Apakah langkah yang dilakukan sudah sesuai dengan target audiens program?**
- **Kembangkan data yang ada untuk mengukur keberhasilan program. (Contoh, respon audiens cukup baik dalam peluncuran kampanye tentang diet kantong plastik, kemudian dipelajari mengapa bisa demikian, aspek apa yang paling berpengaruh terhadap respon audiens tsb.**

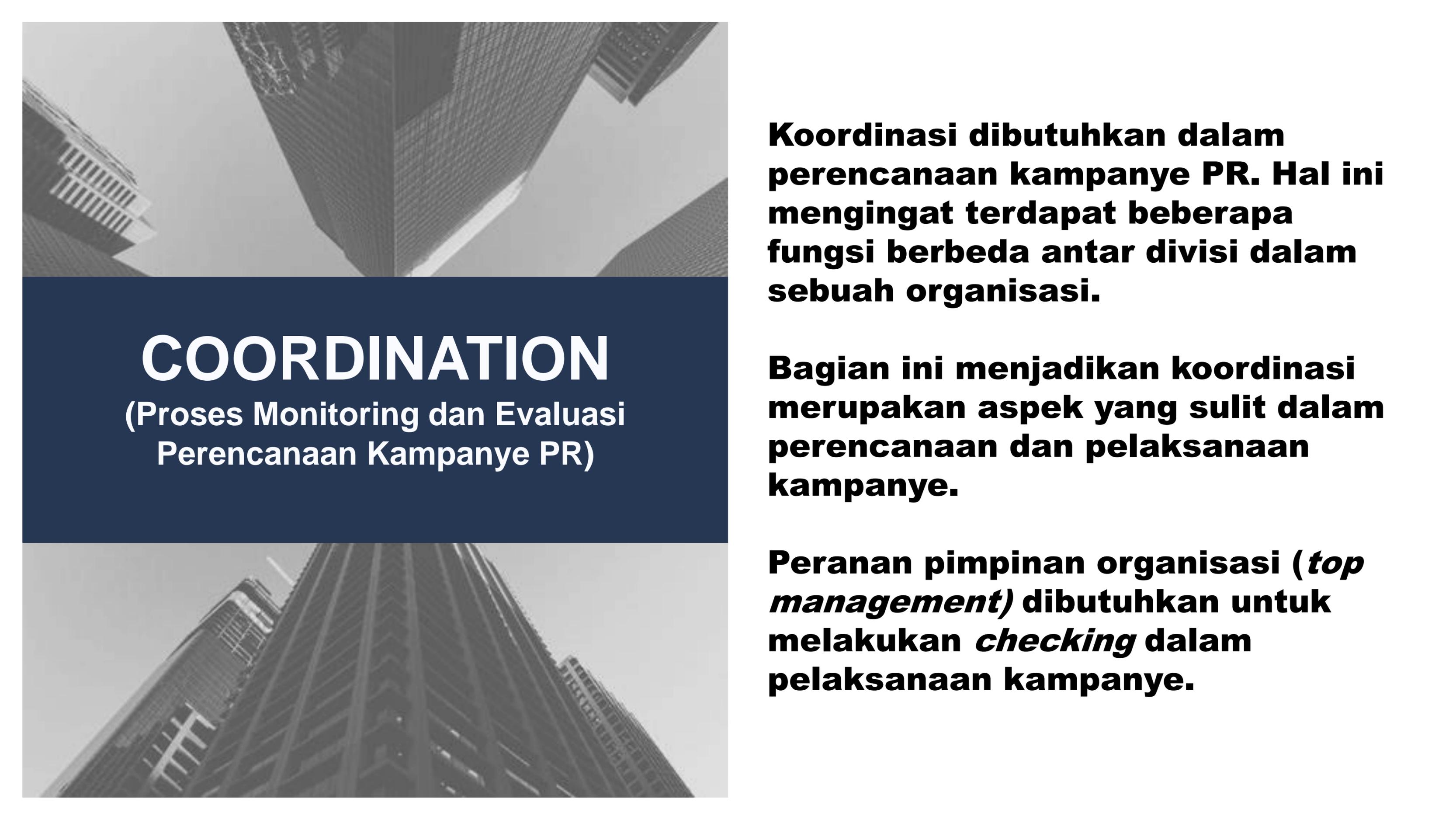


MONITORING & EVALUASI

**Bertujuan untuk mengukur
ketercapaian tujuan program.**

Proses monitoring dan evaluasi:

- **Buat rangkuman data evaluasi dalam bentuk tertulis (seperti memo & letters laporan evaluasi juga dalam disertakan dalam cover letter).**
- **Setelah data terkumpul, penting untuk menyimpulkan hasil evaluasi.**
- **Misalnya, data terkait informasi benchmark program serupa. Dari data tersebut diketahui jika kampanye yang positif bergantung pada sifat organisasi. Berdasarkan data tsb evaluasi yang dilakukan oleh organisasi lebih spesifik menilai ukuran sikap stakeholders, kontribusi organisasi dan segala hal lain yang berhubungan dengan sifat organisasi.**



COORDINATION

(Proses Monitoring dan Evaluasi
Perencanaan Kampanye PR)

Koordinasi dibutuhkan dalam perencanaan kampanye PR. Hal ini mengingat terdapat beberapa fungsi berbeda antar divisi dalam sebuah organisasi.

Bagian ini menjadikan koordinasi merupakan aspek yang sulit dalam perencanaan dan pelaksanaan kampanye.

Peranan pimpinan organisasi (*top management*) dibutuhkan untuk melakukan *checking* dalam pelaksanaan kampanye.



Thank you!

Any Questions?

Let's discuss at Collabor.