



**MENTERI KETENAGAKERJAAN
REPUBLIK INDONESIA**

KEPUTUSAN MENTERI KETENAGAKERJAAN
REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 230 TAHUN 2024
TENTANG
PEDOMAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL
DI KEMENTERIAN KETENAGAKERJAAN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI KETENAGAKERJAAN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang : a. bahwa media sosial sebagai platform komunikasi dan informasi publik, perlu dikelola dengan baik, terstruktur dan terpadu;
- b. bahwa untuk menciptakan tata kelola media sosial yang efisien, efektif, dan akuntabel, perlu disusun pedoman;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Keputusan Menteri Ketenagakerjaan tentang Pedoman Pengelolaan Media Sosial di Kementerian Ketenagakerjaan;
- Mengingat : 1. Pasal 28F Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6905);
3. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 61 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4846);
4. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 112 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5038);

5. Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 99 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5149);
6. Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 102);
7. Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 21 Tahun 2019 tentang Pelayanan Informasi Publik di Kementerian Ketenagakerjaan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 1265);
8. Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 1 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Ketenagakerjaan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 108);
9. Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pelayanan Publik di Kementerian Ketenagakerjaan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 814);
10. Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 1 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis di Kementerian Ketenagakerjaan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 142) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 1 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis di Kementerian Ketenagakerjaan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 10);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : KEPUTUSAN MENTERI KETENAGAKERJAAN TENTANG PEDOMAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DI KEMENTERIAN KETENAGAKERJAAN.

KESATU : Menetapkan pedoman pengelolaan media sosial di Kementerian Ketenagakerjaan yang selanjutnya disebut Pedoman Pengelolaan Media Sosial sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan Menteri ini.

KEDUA : Pedoman Pengelolaan Media Sosial sebagaimana dimaksud dalam Diktum KESATU merupakan panduan dalam mengelola media sosial bagi:
a. unit pimpinan tinggi madya;
b. unit pimpinan tinggi pratama; dan
c. unit pelaksana teknis pusat.

- KETIGA : Media sosial di Kementerian Ketenagakerjaan meliputi:
- a. *Facebook*;
 - b. *Instagram*;
 - c. *X*;
 - d. *YouTube*;
 - e. *TikTok*;
 - f. *WhatsApp*;
 - g. *Telegram*; dan/atau
 - h. Media sosial lainnya sesuai dengan perkembangan.
- KEEMPAT : Pelaksanaan Pengelolaan Media Sosial dikoordinasikan oleh unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat di Kementerian Ketenagakerjaan.
- KELIMA : Keputusan Menteri ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 12 September 2024

MENTERI KETENAGAKERJAAN
REPUBLIK INDONESIA,



LAMPIRAN
KEPUTUSAN MENTERI KETENAGAKERJAAN
REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 230 TAHUN 2024
TENTANG
PEDOMAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL
DI KEMENTERIAN KETENAGAKERJAAN

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penggunaan media sosial telah membentuk dan mendukung cara baru dalam berkomunikasi, berinteraksi, dan berkolaborasi di berbagai sektor termasuk di sektor pemerintahan. Media sosial menyediakan cara yang lebih cepat, tepat, dan efisien untuk berpartisipasi dalam pertukaran informasi, mempromosikan kebijakan, program, kegiatan, dan pencapaian pemerintah, serta mengembangkan interaksi yang baik dengan khalayak.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial di Indonesia, Kementerian Ketenagakerjaan perlu memanfaatkan jenis media ini untuk menyampaikan informasi yang akurat dan aktual, meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, serta mendorong partisipasi aktif khalayak dalam program dan kebijakan di Kementerian Ketenagakerjaan. Penggunaan dan pemanfaatan media sosial merupakan salah satu cara dalam mempromosikan serta menyebarluaskan informasi ketenagakerjaan berupa kebijakan, program kegiatan dan pencapaian Kementerian Ketenagakerjaan serta berinteraksi dan menyerap aspirasi khalayak sehingga dapat membangun opini publik yang berdampak positif pada citra dan reputasi Kementerian Ketenagakerjaan.

Namun, penggunaan media sosial juga menghadirkan tantangan dan risiko, seperti penyebaran informasi palsu (hoaks), kebocoran data pribadi, dan potensi penyalahgunaan akun resmi. Oleh karena itu, pengelolaan akun media sosial di Kementerian Ketenagakerjaan harus dilakukan secara profesional, terstruktur, dan sesuai dengan prinsip-prinsip etika komunikasi publik untuk menghindari ketidakjelasan pesan dan kebingungan, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif bagi Kementerian Ketenagakerjaan. Sebaliknya, dengan pengertian dan pemahaman yang lengkap, pengaturan yang tepat, serta pengelolaan yang baik, akan memberikan manfaat besar bagi instansi pemerintah dan masyarakat luas.

Pemanfaatan media sosial ini sejalan dengan upaya reformasi birokrasi seperti pemanfaatan teknologi informasi (*e-Government*), strategi komunikasi, manajemen perubahan (*change management*), manajemen pengetahuan (*knowledge management*), dan penataan tata laksana (*business process*). Dalam rangka menunjang efektivitas komunikasi serta menyediakan informasi yang akurat dan aktual, diperlukan Pedoman Pengelolaan Media Sosial di Kementerian Ketenagakerjaan. Pedoman ini diharapkan dapat menjadi panduan di Kementerian Ketenagakerjaan dalam mengelola media sosial dengan lebih baik, meningkatkan keterlibatan khalayak, serta memperkuat citra dan reputasi positif Kementerian.

B. Maksud dan Tujuan

B.1. Maksud

Pedoman pengelolaan media sosial dimaksudkan sebagai panduan bagi pengelola media sosial pada unit pimpinan tinggi madya, unit pimpinan tinggi pratama, dan unit pelaksana teknis pusat dalam mengelola media sosial.

B.2. Tujuan

Pedoman pengelolaan media sosial bertujuan:

- a. menyebarluaskan informasi tentang kebijakan, program, kegiatan, dan pencapaian Kementerian Ketenagakerjaan kepada khalayak secara efektif, efisien dan terpadu.
- b. membangun transparansi informasi, memfasilitasi komunikasi yang efektif dan interaktif serta menciptakan hubungan yang harmonis antara Kementerian Ketenagakerjaan dengan khalayak.
- c. meningkatkan mutu pelayanan informasi di Kementerian Ketenagakerjaan untuk menghasilkan layanan informasi yang akurat.
- d. mengatasi penyebaran informasi palsu (hoaks) yang semakin marak sejalan dengan perkembangan media sosial.
- e. mendorong partisipasi aktif khalayak dalam proses pengambilan kebijakan dan pelaksanaan program Kementerian Ketenagakerjaan.
- f. memperkuat citra dan reputasi positif Kementerian Ketenagakerjaan melalui pengelolaan media sosial.
- g. memastikan penggunaan akun media sosial yang aman dan terpercaya untuk berkomunikasi dengan khalayak.
- h. memastikan bahwa seluruh konten yang diunggah di media sosial Kementerian Ketenagakerjaan sesuai dengan prinsip etika, integritas, dan profesionalisme.

C. Pengertian

Dalam pedoman ini yang dimaksud dengan:

1. Media Sosial adalah media berbasis internet yang bersifat dua arah (*Web2.0*) dan terbuka bagi siapa saja, yang memungkinkan para penggunanya dengan mudah berinteraksi, berpartisipasi, berdiskusi, dan berkolaborasi, serta menciptakan dan berbagi isi.
2. Informasi adalah data, fakta, gagasan, dan simbol yang menyampaikan nilai, makna, dan pesan dalam format yang dapat dilihat, didengar, atau dibaca yang disajikan melalui teknologi informasi dan komunikasi dalam format elektronik maupun non-elektronik.
3. Informasi Publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara atau penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.
4. Khalayak adalah sekelompok orang yang menjadi target komunikasi dan berinteraksi melalui media sosial.
5. Akun adalah data diri atau identitas seseorang dalam dunia maya.
6. Hoaks adalah berita yang mengandung makna kebohongan ataupun berita yang tidak bersumber.

7. Admin adalah pegawai yang bertugas untuk mengelola serta mengoperasikan segala hal yang berhubungan dengan platform media sosial guna kepentingan promosi atau penyampaian informasi dan bertanggung jawab terhadap keamanan informasi yang dirahasiakan.
8. Pembuat Konten adalah pegawai yang bertugas untuk menyiapkan konten media sosial baik dalam bentuk tulisan, gambar, maupun video.
9. Konten adalah berbagai jenis isi media sosial seperti tulisan, gambar, dan video.
10. Tanda Pagar yang selanjutnya disebut Tagar adalah tanda (#) yang diikuti kata-kata tertentu yang digunakan sebagai kategori suatu topik tertentu untuk memudahkan pencarian konten dengan topik tersebut di media sosial.
11. Takarir yang selanjutnya disebut *Caption* adalah penjelasan yang disisipkan pada sebuah kiriman media sosial sebagai informasi atau keterangan lebih lengkap yang disertakan bersama kiriman gambar atau video pada media sosial.
12. Orkestrasi Media Sosial adalah koordinasi dan harmonisasi aktivitas media sosial di berbagai unit kerja untuk memastikan konsistensi pesan dan efektivitas komunikasi.
13. Sentimen adalah analisis terhadap persepsi publik terhadap suatu konten, apakah positif, negatif, atau netral.
14. Autentikasi Dua Faktor adalah lapisan tambahan keamanan akun media sosial yang mengharuskan pengguna untuk tidak hanya memasukkan kata sandi, tetapi juga informasi lain yang hanya diketahui oleh pengguna tersebut.

BAB II ASAS DAN PRINSIP

A. Asas Pengelolaan Media Sosial

Pengelolaan Media Sosial di Kementerian Ketenagakerjaan dilaksanakan berdasarkan asas:

1. Faktual, yaitu informasi yang disampaikan harus berlandaskan pada data dan fakta yang jelas dengan mempertimbangkan kepentingan umum.
2. Mudah, yaitu informasi harus dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja, serta disampaikan secara benar, jujur, dan apa adanya.
3. Keikutsertaan dan keterlibatan, yaitu penyampaian informasi harus mendorong keikutsertaan dan keterlibatan Khalayak dengan memberikan kesempatan untuk memberikan komentar, tanggapan, dan masukan secara:
 - a. interaktif, yakni komunikasi instansi pemerintah yang dilakukan melalui Media Sosial bersifat dua arah;
 - b. harmonis, yaitu komunikasi instansi pemerintah melalui Media Sosial yang diarahkan untuk menciptakan hubungan sinergis yang saling menghargai, mendukung, dan menguntungkan di antara berbagai pihak yang terkait;
 - c. etis, yaitu pelaksanaan komunikasi instansi pemerintah melalui Media Sosial yang menerapkan perilaku sopan, sesuai dengan etika dan kode etik yang ditetapkan, serta tidak merugikan orang lain dan menimbulkan konflik;
 - d. kesetaraan, yaitu terbina hubungan yang baik dan setara antara instansi pemerintah dan pemangku kepentingan;
 - e. profesional, yaitu pengelolaan Media Sosial yang mengutamakan keahlian berdasarkan keterampilan, pengalaman, dan konsistensi; dan
 - f. akuntabel, yaitu pemanfaatan Media Sosial yang dapat dipertanggungjawabkan.

B. Prinsip Pengelolaan Media Sosial

Prinsip dalam pengelolaan Media Sosial di Kementerian Ketenagakerjaan meliputi:

1. Kredibel, yaitu menjaga kredibilitas dengan memastikan informasi yang disampaikan akurat dan seimbang.
2. Integritas, yaitu menunjukkan kejujuran dan menghormati etika sebagai bentuk integritas dalam setiap tindakan dan penyampaian informasi.
3. Profesional, yaitu memiliki pendidikan, keahlian, dan keterampilan sesuai bidangnya dalam pengelolaan Media Sosial.
4. Responsif, yaitu tanggap terhadap masukan Khalayak dengan memberikan respon yang cepat dan tepat.
5. Terintegrasi, yaitu mengintegrasikan penggunaan Media Sosial dengan media komunikasi lainnya, baik daring maupun luring.
6. Keterwakilan, yaitu memastikan pesan yang disampaikan mencerminkan kepentingan instansi dan bukan kepentingan pribadi.
7. Beretika, yaitu mengikuti standar etika komunikasi publik dalam setiap penyampaian informasi melalui Media Sosial.
8. Aman, yaitu menjamin keamanan data dan informasi yang disampaikan serta melindungi privasi pengguna Media Sosial.

BAB III PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL

Pengelolaan Media Sosial berperan penting dalam menyebarluaskan informasi ketenagakerjaan terkait kebijakan, program, kegiatan, dan pencapaian pemerintah. Melalui Media Sosial, Kementerian Ketenagakerjaan dapat menjangkau Khalayak dengan Konten yang relevan dan informatif.

A. Pengaturan Akun Resmi

Pengaturan Akun resmi Media Sosial di Kementerian Ketenagakerjaan dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Akun resmi media sosial dibentuk oleh unit pimpinan tinggi madya, unit pimpinan tinggi pratama, dan unit pelaksana teknis pusat.
2. Akun resmi yang dimaksud dalam pedoman ini adalah akun lembaga, bukan akun personal.
3. Akun resmi harus didaftarkan kepada unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat dengan menggunakan Format 1 sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan Menteri ini.
4. Akun resmi menggunakan alamat surat elektronik (*email*) institusi, bukan alamat *email* pribadi.
5. Akun resmi harus bersifat terbuka (tidak dikunci baik profil, kolom komentar, dan *direct message*) sehingga bisa memudahkan Khalayak untuk berinteraksi.
6. Akun resmi harus menggunakan nama atau singkatan yang sesuai dengan unit pimpinan tinggi madya, unit pimpinan tinggi pratama, dan unit pelaksana teknis pusat misalnya Ditjen Binalavotas, PPSDM Ketenagakerjaan, Pusat Pasar Kerja, BBPVP Bekasi.
7. Akun resmi harus menggunakan nama pengguna (*username*) yang sesuai dengan nama, singkatan atau jenama, misalnya @kemnaker, @ditjenphijsk, @pelatihan.vokasi, @pusatpasarkerja, @bbpvp_bandung.
8. Setiap Akun resmi mencantumkan informasi lengkap mengenai identitas sebagai bagian dari Kementerian Ketenagakerjaan.
 - a. Contoh unit pimpinan tinggi madya:
Akun Resmi Ditjen Binalavotas, Kementerian Ketenagakerjaan
 - b. Contoh unit pimpinan tinggi pratama:
Akun Resmi Pusat Pasar Kerja, Kementerian Ketenagakerjaan
 - c. Contoh unit Pelaksana Teknis Pusat:
Akun Resmi BBPVP Bekasi, Kementerian Ketenagakerjaan.Jika ada tambahan informasi, dapat menggunakan tautan situs web resmi yang disematkan pada bio profil.
9. Akun resmi harus menggunakan gambar profil yang menampilkan unsur identitas unit kerja seperti lambang, maskot, atau gedung kantor dan memasukkan garis bingkai Kementerian Ketenagakerjaan.
10. Setiap perubahan informasi mengenai Akun resmi harus dilaporkan kepada unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat paling lama 5 (lima) hari kerja setelah perubahan terjadi dengan menggunakan Format 2 sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan Menteri ini.

B. Pengelola Media Sosial

Pengelolaan Media Sosial dilakukan oleh tim pengelola Media Sosial yang terdiri dari:

1. Penanggung Jawab
 - a. pejabat pimpinan tinggi pratama dan kepala unit pelaksana teknis pusat menjadi penanggung jawab pengelola Media Sosial.
 - b. penanggung jawab Media Sosial memiliki tugas:
 - 1) mengawasi, mengoreksi, dan memantau Konten Media Sosial;
 - 2) memastikan isi pesan, kepatuhan terhadap pedoman, dan efektivitas komunikasi melalui Media Sosial; dan
 - 3) memantau kinerja Pembuat Konten dan Admin Media Sosial.
 - c. penanggung jawab dalam Pengelolaan Media Sosial ditetapkan lebih lanjut dengan Keputusan Sekretaris Jenderal.
2. Pembuat Konten
 - a. Pembuat Konten merupakan pegawai yang berada di unit kerja pada unit pimpinan tinggi pratama dan unit pelaksana teknis pusat.
 - b. Pembuat Konten dibentuk di unit kerja masing-masing melalui keputusan pimpinan unit kerja dengan menembuskan kepada unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat.
 - c. kualifikasi Pembuat Konten paling sedikit memiliki kemampuan:
 - 1) menulis yang baik dalam bahasa Indonesia dan/atau bahasa asing;
 - 2) memahami perkembangan Media Sosial;
 - 3) desain grafis dasar dengan menggunakan perangkat lunak;
 - 4) fotografi dan videografi dasar, termasuk pengeditan foto dan video; dan
 - 5) mengolah data.
 - d. tugas Pembuat Konten meliputi:
 - 1) menyusun rencana Konten yang mencakup jenis Konten, tanggal publikasi, dan platform yang akan digunakan;
 - 2) membuat Konten yang informatif, edukatif, dan inspiratif; dan
 - 3) melakukan review terhadap Konten sebelum diunggah untuk memastikan kualitas dan kesesuaian.
 - e. setiap perubahan mengenai Pembuat Konten harus dilaporkan kepada unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat paling lama 5 (lima) hari kerja setelah perubahan terjadi dengan menggunakan Format 3 sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan Menteri ini.
3. Admin Media Sosial
 - a. Admin Media Sosial merupakan pegawai yang berada di unit kerja pada unit pimpinan tinggi pratama dan unit pelaksana teknis pusat.
 - b. Admin Media Sosial dibentuk di unit kerja masing-masing melalui keputusan pimpinan unit kerja dengan menembuskan kepada unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat.
 - c. kualifikasi Admin Media Sosial paling sedikit memiliki kemampuan:

- 1) menulis yang baik dalam Bahasa Indonesia dan/atau Bahasa Asing;
 - 2) menggunakan berbagai platform Media Sosial;
 - 3) menggunakan alat manajemen Media Sosial; dan
 - 4) menganalisis untuk mengukur kinerja Media Sosial.
- d. Admin Media Sosial bertugas dalam mengelola Akun termasuk mengunggah Konten, melakukan interaksi dengan Khalayak, dan menjaga keamanan Akun.
- e. setiap perubahan mengenai Admin Media Sosial harus dilaporkan unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat paling lama 5 (lima) hari kerja setelah perubahan terjadi dengan menggunakan Format 4 sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan Menteri ini.

C. Strategi Pengelolaan

Strategi pengelolaan Media Sosial dilaksanakan dengan strategi merancang pesan yang tepat untuk Khalayak dan menyebarluaskan pada Media Sosial yang telah ditetapkan, melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan tujuan setiap Konten yang dapat berbentuk informasi, edukasi, dan interaksi.
2. Menentukan Khalayak yang tepat sesuai dengan segmentasi, demografi, geografi, dan kebutuhan akan informasi.
3. Merancang pesan yang sesuai, dilakukan dengan langkah-langkah berikut:
 - a. melakukan riset dengan mengumpulkan data dan informasi dari sumber yang valid dan kredibel terkait pesan yang akan disampaikan;
 - b. menentukan pesan utama yang sesuai dengan visi, misi, dan nilai-nilai Kementerian Ketenagakerjaan; dan
 - c. memastikan pesan disampaikan dengan bahasa yang jelas, ringkas, dan mudah dipahami oleh Khalayak.
4. Memilih platform yang tepat, dilakukan dengan langkah-langkah berikut:
 - a. menentukan platform Media Sosial yang sesuai dengan karakteristik dan preferensi Khalayak; dan
 - b. mengoptimalkan penggunaan fitur-fitur khusus dari setiap platform untuk meningkatkan jangkauan dan keterlibatan.
5. Menunjuk Pembuat Konten dan Admin yang bertanggung jawab atas pengelolaan Akun Media Sosial.
6. Membuat dan mendistribusikan Konten yang informatif, edukatif, interaktif, persuasif, dan/atau inspiratif untuk disampaikan kepada Khalayak.
7. Mengelola interaksi dengan Khalayak, dilakukan dengan langkah-langkah berikut:
 - a. memantau interaksi di Media Sosial untuk memahami sentimen dan masukan dari Khalayak; dan
 - b. menanggapi komentar, pesan, dan pertanyaan dari Khalayak.
8. Setiap Akun resmi yang terdaftar dapat saling berkoordinasi dan berkolaborasi dalam aktivitas Media Sosial.
9. Setiap Akun resmi yang terdaftar di unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat harus saling mengikuti/*follow* Akun resmi lainnya.

10. Setiap terbitan pada Akun resmi yang terdaftar di unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat dapat ditanggapi Akun resmi lainnya dengan memberikan *like* dan/atau komentar.
11. Dalam isu yang sensitif, Admin harus segera berkoordinasi dengan penanggung jawab Media Sosial dan unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat untuk menyusun dan menyampaikan respons resmi dengan cepat dan tepat.

D. Ketentuan Konten

Konten Media Sosial di Kementerian Ketenagakerjaan dibuat dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Setiap unit kerja yang mengelola Media Sosial di Kementerian Ketenagakerjaan menyusun perencanaan Konten publikasi yang mencakup jenis Konten, tujuan, Khalayak, dan platform yang akan digunakan.
2. Menyusun Konten berupa tulisan, gambar, infografik, video, dan bentuk lainnya yang informatif, edukatif, interaktif, persuasif, dan/atau inspiratif untuk disampaikan kepada Khalayak.
3. Konten harus memenuhi kriteria kelayakan sebagai berikut:
 - a. didasarkan pada data dan informasi yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan; dan
 - b. disajikan dengan jelas, ringkas, dan mudah dipahami oleh Khalayak.
4. Konten yang dapat dipublikasikan meliputi:
 - a. Informasi tentang kebijakan, program, kegiatan, dan pencapaian Kementerian Ketenagakerjaan seperti:
 - 1) Informasi seputar kegiatan kedinasan Menteri Ketenagakerjaan, Wakil Menteri Ketenagakerjaan, unit pimpinan tinggi madya, unit pimpinan tinggi pratama atau kepala unit pelaksana teknis pusat; dan/atau
 - 2) Pengumuman resmi, jadwal kegiatan, dan layanan yang disediakan oleh Kementerian Ketenagakerjaan.
 - b. Isu aktual yang terjadi maupun respons terhadap isu-isu terkini yang relevan dengan tugas dan fungsi Kementerian Ketenagakerjaan.
 - c. Edukasi dan/atau inspirasi yang relevan di bidang ketenagakerjaan.
 - d. Ucapan resmi Menteri Ketenagakerjaan, Wakil Menteri Ketenagakerjaan, pejabat pimpinan tinggi madya, pejabat pimpinan tinggi pratama atau kepala unit pelaksana teknis pusat.
5. Konten yang tidak dapat dipublikasikan meliputi:
 - a. informasi yang tidak valid, menyesatkan, dan tidak dapat dipertanggungjawabkan;
 - b. memuat ujaran kebencian, diskriminasi, isu suku, agama, Ras, antargolongan, dan provokasi;
 - c. melanggar hak cipta atau hak kekayaan intelektual orang lain.
 - d. informasi yang dikecualikan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan/atau
 - e. memuat unsur pornografi, kekerasan, dan pelanggaran norma sosial.
6. Persona Akun Media Sosial yang dibangun harus mencerminkan profesionalisme, kredibilitas, dan harus konsisten di semua platform Media Sosial yang digunakan.
7. Bahasa yang digunakan pada Media Sosial di Kementerian Ketenagakerjaan:

- a. disesuaikan dengan jenis Konten yang diunggah;
 - b. menggunakan bahasa yang jelas, ringkas, dan mudah dipahami oleh Khalayak; dan
 - c. diperkenankan menggunakan bahasa daerah dalam Konten yang relevan untuk mendekatkan diri dengan Khalayak, dengan tetap memperhatikan kejelasan dan kesesuaian pesan.
8. *Caption* pada platform Media Sosial dibuat ringkas, informatif, dan menarik. *Caption* harus mendukung pesan utama dari Konten yang dipublikasikan dan mendorong keterlibatan dari Khalayak.
 9. Skema warna yang digunakan dalam pembuatan konten harus memperhatikan prinsip-prinsip visual dasar seperti kontras, keterbacaan, dan konsistensi.
 10. Jenis huruf yang digunakan dalam pembuatan Konten harus jelas, mudah dibaca, dan konsisten untuk menjaga keseragaman dan profesionalisme dalam penyajian Konten.
 11. Penggunaan tagar harus relevan dan strategis untuk meningkatkan visibilitas Konten. Tagar yang digunakan dapat mencakup tagar resmi Kementerian Ketenagakerjaan, tagar kampanye, dan tagar populer yang relevan dengan Konten.
 12. Identitas setiap Konten harus memuat lambang Kementerian Ketenagakerjaan.

E. Distribusi Konten

Distribusi Konten Media Sosial di Kementerian Ketenagakerjaan dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Konten yang telah diproduksi oleh Pembuat Konten masing-masing unit kerja harus disetujui oleh penanggung jawab dan didistribusikan melalui akun resmi Media Sosial unit tersebut.
2. Setiap Admin Media Sosial masing-masing unit kerja harus bertanggung jawab atas pendistribusian kontennya masing-masing, dengan memperhatikan efektivitas penyampaian pesan dan keterlibatan Khalayak.
3. Setiap Konten yang telah dipublikasikan diarsipkan oleh masing-masing unit kerja untuk keperluan dokumentasi dan evaluasi.
4. Untuk keamanan Akun dan menghindari kesalahan di dalam mengelola Media Sosial, distribusi Konten harus menggunakan gawai milik masing-masing unit kerja.

F. Orkestrasi Media Sosial

Pelaksanaan Orkestrasi Media Sosial dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat bertanggung jawab memimpin Orkestrasi Media Sosial melalui perencanaan strategis dan pelaksanaan operasional Media Sosial.
2. Adapun informasi yang dapat diorkestrasikan meliputi:
 - a. informasi terkait kegiatan Menteri Ketenagakerjaan, Wakil Menteri Ketenagakerjaan, unit pimpinan tinggi madya;
 - b. isu aktual di bidang ketenagakerjaan; dan/atau
 - c. kebijakan, program, dan pencapaian Kementerian Ketenagakerjaan.
3. Unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat dapat mengadakan pertemuan koordinasi rutin dengan perwakilan pengelola Media Sosial dari setiap unit untuk membahas strategi, evaluasi kinerja, dan isu-isu terkini.

4. Setiap unit kerja di Kementerian Ketenagakerjaan melakukan sinkronisasi rencana Konten setiap bulan dengan rencana Orkestrasi Media Sosial yang telah disusun oleh unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat.
 5. Unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat melakukan Orkestrasi melalui pendistribusian Konten ke unit kerja yang dapat didesain ulang dan/atau langsung diunggah melalui Media Sosial masing-masing.
- G. Interaksi dengan Khalayak
- Interaksi dengan Khalayak melalui Media Sosial dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:
1. Admin Media Sosial dapat menanggapi komentar, aduan, masukan, atau pertanyaan dari Khalayak.
 2. Interaksi dengan Khalayak harus dilakukan dengan sikap yang profesional, sopan, dan sesuai dengan etika Media Sosial.
 3. Setiap komentar, aduan, masukan, atau pertanyaan yang memerlukan tindak lanjut dikoordinasikan dengan unit kerja terkait untuk memastikan bahwa jawaban atau solusi yang diberikan tepat dan akurat.
 4. Admin Media Sosial menyaring tanggapan Khalayak di Media Sosial agar tidak mengandung ujaran kebencian, isu suku, agama, Ras, antargolongan, informasi yang menyesatkan, provokatif, dan/atau bersifat diskriminatif.
- H. Etika Tim Pengelola Media Sosial
- Tim Pengelola Media Sosial harus memiliki etika dalam menggunakan Media Sosial di Kementerian Ketenagakerjaan yang meliputi:
1. Menjunjung tinggi kehormatan instansi pemerintah.
 2. Memperhatikan pedoman dan aturan yang berlaku di masing-masing platform Media Sosial.
 3. Memiliki kemampuan, objektivitas, kejujuran, dan integritas.
 4. Menjaga rahasia negara.
 5. Menyampaikan dan menerima informasi dengan benar, tepat, dan akurat.
 6. Menghargai, menghormati, dan membina solidaritas.
 7. Melaksanakan keterbukaan informasi publik berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- I. Peningkatan Kompetensi Tim Pengelola Media Sosial
- Unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat dan pimpinan unit kerja pengelola Media Sosial harus memastikan bahwa Admin Media Sosial dan Pembuat Konten mendapatkan pelatihan dan pengembangan kompetensi secara berkala untuk meningkatkan kualitas pengelolaan Media Sosial. Pelatihan dapat mencakup teknik pembuatan Konten, analisis Media Sosial, teknik berinteraksi di Media Sosial dan pemahaman tentang etika komunikasi publik.
- J. Sarana dan Prasarana
- Untuk menunjang efisiensi dan efektivitas pelayanan informasi melalui Media Sosial, diperlukan sarana dan prasarana sebagai berikut:
1. Perangkat Keras seperti *personal computer*, *notebook*, *netbook*, atau *tablet computer*.
 2. Alat pengambilan foto dan video.
 3. Telepon seluler cerdas yang dapat mendukung pengelolaan Media Sosial.

4. Jaringan listrik dan jaringan internet yang terkoneksi.
5. Perangkat lunak berupa aplikasi dan alat bantu untuk pengelolaan Konten Media Sosial, analisis, dan monitoring.
6. Ruang kerja yang dilengkapi dengan sarana pendukung untuk pengelolaan Media Sosial.

BAB IV

KEAMANAN DAN PENANGANAN PELANGGARAN MEDIA SOSIAL

A. Keamanan Akun Media Sosial

Keamanan Akun Media Sosial harus dijaga dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Setiap Akun Media Sosial harus menggunakan kata sandi yang kuat dan unik, yang terdiri dari kombinasi huruf besar, huruf kecil, angka, dan simbol.
2. Setiap Akun Media Sosial harus mengaktifkan fitur autentikasi 2 (dua) faktor untuk meningkatkan keamanan.
3. Kata sandi harus diubah secara berkala dan tidak boleh menggunakan kata sandi yang sama berturut-turut.
4. Akses ke Akun Media Sosial hanya diberikan kepada Admin Media Sosial dan diketahui oleh penanggung jawab.
5. Pengelola Media Sosial harus menggunakan jaringan internet yang aman dan terpercaya, menghindari penggunaan jaringan publik atau terbuka untuk mengakses akun resmi.
6. Setiap perubahan akses ke Akun Media Sosial harus dicatat dan diaudit secara berkala untuk memastikan bahwa hanya pihak yang berwenang yang memiliki akses.
7. Penanggung jawab mencabut akses bagi Admin Media Sosial yang tidak lagi bertugas sebagai Admin Media Sosial.
8. Pengelola Media Sosial harus melakukan pembaruan aplikasi Media Sosial secara berkala.

B. Penanganan Pelanggaran Keamanan

Setiap pelanggaran keamanan Akun Media Sosial harus segera ditangani dengan prosedur sebagai berikut:

1. Setiap pelanggaran keamanan, baik yang terdeteksi oleh Admin Media Sosial maupun platform Media Sosial, Admin Media Sosial harus segera melaporkan ke penanggung jawab Media Sosial di unit kerja masing-masing.
2. Jenis pelanggaran keamanan antara lain:
 - a. akses tidak sah ke Akun Media Sosial;
 - b. penggunaan Akun Media Sosial oleh pihak yang tidak berwenang;
 - c. pencurian atau kehilangan data sensitif yang diberikan oleh Khalayak melalui Media Sosial;
 - d. serangan siber, seperti penipuan, tautan dan/atau perangkat lunak yang berbahaya, atau peretasan yang menargetkan akun Media Sosial;
 - e. perubahan kata sandi atau informasi akun tanpa izin penanggung jawab;
 - f. penggunaan akun untuk aktivitas yang melanggar hukum atau kebijakan Kementerian Ketenagakerjaan.
3. Penanggung jawab Media Sosial di unit kerja harus menugaskan Admin Media Sosial dalam hal terjadi pelanggaran keamanan untuk:
 - a. mengunci Akun yang terpengaruh untuk mencegah akses lebih lanjut.
 - b. mengubah kata sandi akun yang terpengaruh.
 - c. mengaktifkan ulang autentikasi 2 (dua) faktor jika dinonaktifkan.
 - d. memutuskan koneksi atau akses dari perangkat yang mencurigakan.

4. Setiap insiden pelanggaran keamanan didokumentasikan secara lengkap oleh unit kerja masing-masing, mencakup rincian insiden, langkah-langkah yang diambil untuk menangani pelanggaran, dan rekomendasi untuk mencegah terulangnya insiden serupa.
5. Setelah penanganan pelanggaran, penanggung jawab Media Sosial di unit kerja melakukan evaluasi untuk mengidentifikasi penyebab pelanggaran dan menerapkan langkah-langkah perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan keamanan Akun Media Sosial.

BAB V MONITORING DAN EVALUASI

A. Monitoring

Monitoring Media Sosial di Kementerian Ketenagakerjaan dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat dapat melakukan pemantauan dan penilaian secara berkala terhadap pengelolaan Akun Media Sosial oleh masing-masing unit kerja di Kementerian Ketenagakerjaan, sekurang-kurangnya 1 (satu) kali setiap bulan, terkait dengan penyampaian informasi melalui Media Sosial.
2. Pemantauan dan penilaian harus mencakup analisis yang relevan untuk mengukur performa Akun Media Sosial, paling sedikit memuat:
 - a. jumlah pengikut dan pertumbuhannya.
 - b. tingkat keterlibatan merupakan jumlah interaksi yang terjadi antara Akun Media Sosial dengan khalayaknya dan bentuk interaksi disesuaikan dengan masing-masing platform.
 - c. jangkauan merupakan jumlah total orang yang melihat Konten yang dipublikasikan di Media Sosial.
 - d. impresi merupakan jumlah total tampilan Konten yang dipublikasikan di Media Sosial.
 - e. tingkat keterlibatan perimpresi merupakan persentase seberapa sering tampil di layar Khalayak.
 - f. analisis sentimen untuk mengidentifikasi persepsi publik terhadap Konten yang dipublikasikan.
 - g. efektivitas kampanye atau inisiatif tertentu.
3. Unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat dapat memberikan peringkat kepada Akun Media Sosial unit kerja di Kementerian Ketenagakerjaan.

B. Evaluasi

Evaluasi pengelolaan Media Sosial dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Evaluasi dilakukan setiap 6 (enam) bulan sekali atau sewaktu-waktu apabila diperlukan.
2. Evaluasi dilakukan untuk mengukur pencapaian sasaran dan tujuan pengelolaan Media Sosial.
3. Evaluasi mencakup analisis terhadap hasil monitoring dan dampak komunikasi yang dihasilkan.
4. Hasil evaluasi digunakan untuk menyusun rekomendasi perbaikan dan pengembangan strategi komunikasi melalui Media Sosial.
5. Unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat harus berkoordinasi dengan unit terkait untuk memastikan bahwa hasil monitoring dan evaluasi disosialisasikan dan diimplementasikan dengan baik.
6. Unit kerja yang membidangi hubungan masyarakat dapat memberikan penghargaan kepada unit, tim, atau individu yang menunjukkan kinerja luar biasa dalam pengelolaan Media Sosial.
7. Kriteria pemberian penghargaan mencakup inovasi dalam pembuatan Konten, peningkatan keterlibatan Khalayak, dan keberhasilan kampanye Media Sosial.

Hasil monitoring dan evaluasi disampaikan kepada Menteri Ketenagakerjaan melalui Sekretaris Jenderal.

BAB VI PENDANAAN

Segala biaya yang timbul akibat dari pengelolaan Media Sosial dibebankan pada anggaran masing-masing unit kerja yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara.

BAB VII PENUTUP

Dengan ditetapkannya Pedoman Pengelolaan Media Sosial ini menjadi panduan bagi unit kerja dalam mewujudkan komunikasi yang efektif dan efisien serta pelayanan informasi yang akurat dan aktual di Kementerian Ketenagakerjaan.

MENTERI KETENAGAKERJAAN
REPUBLIK INDONESIA,



Format 1
Pengajuan Akun Resmi

KOP SURAT

NOTA DINAS

NOMOR

Yth. : Kepala Biro Humas
Dari : Pimpinan Unit Kerja
Hal : Pengajuan Akun Resmi Media Sosial
Tanggal :

Sehubungan dengan Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Nomor ... Tahun 2024 tentang Pedoman Pengelolaan Media Sosial di Kementerian Ketenagakerjaan, maka kami mengajukan pendaftaran Akun Media Sosial di (nama unit kerja) sebagai berikut:

No.	Platform	Nama Akun
1.	Facebook	
2.	Instagram	
3.	X	
4.	Youtube	
5.	TikTok	
6.	WhatsApp	
7.	Telegram	
8.	Media sosial lainnya	

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Kepala Unit Kerja,
TTD/TTE
Nama
NIP

Format 2
Pengajuan Perubahan Akun

KOP SURAT

NOTA DINAS

NOMOR

Yth. : Kepala Biro Humas
Dari : Pimpinan Unit Kerja
Hal : Pengajuan Perubahan pada Akun Resmi Media Sosial
Tanggal :

Sehubungan dengan Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Nomor ... Tahun 2024 tentang Pedoman Pengelolaan Media Sosial di Kementerian Ketenagakerjaan, maka kami mengajukan perubahan pada Akun Media Sosial di (nama unit kerja) sebagai berikut:

No.	Platform	Nama Akun Sebelumnya	Nama Akun Baru
1.	Facebook		
2.	Instagram		
3.	X		
4.	Youtube		
5.	TikTok		
6.	WhatsApp		
7.	Telegram		
8.	Media sosial lainnya		

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Kepala Unit Kerja,
TTD/TTE
Nama
NIP

Format 3
Pengajuan Perubahan Pembuatan Konten Media Sosial

KOP SURAT

NOTA DINAS

NOMOR

Yth. : Kepala Biro Humas
Dari : Pimpinan Unit Kerja
Hal : Pengajuan Perubahan Pembuat Konten Media Sosial
Tanggal :

Sehubungan dengan Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Nomor ... Tahun 2024 tentang Pedoman Pengelolaan Media Sosial di Kementerian Ketenagakerjaan, maka kami mengajukan perubahan Pembuat Konten Media Sosial di (nama unit kerja) sebagai berikut:

No.	Nama Pembuat Konten Lama	Nama Pembuat Konten Baru	Kontak Pembuat Konten Baru
1.			
2.			
3.			

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Kepala Unit Kerja,
TTD/TTE
Nama
NIP