

TIK TOK BO MANUAL BOOK INOVASI

TAHUN
2020

BAPPEDALITBANG

segment



PENDAHULUAN

Kabupaten Bogor termasuk dalam bagian kabupaten/kota yang ada di Jawa Barat. Pusat pemerintahannya terletak di Kecamatan Cibinong. Kabupaten Bogor berbatasan langsung dengan beberapa Kabupaten/Kota lain antaranya Kabupaten Tangerang dan Kota Tangerang Selatan, Kota Depok, Kota Bekasi, dan Kabupaten Bekasi di utara; Kabupaten Karawang di timur, Kabupaten Cianjur di tenggara, Kabupaten Sukabumi di selatan dan mengelilingi wilayah Kota Bogor.

Kabupaten Bogor mempunyai luas wilayah sekitar 298 ribu hektar terdiri 40 kecamatan, yang dibagi atas sejumlah desa dan kelurahan terdapat 19 Kelurahan dan 416 Desa. Pusat pemerintahan Kabupaten Bogor terletak di Kecamatan Cibinong, yang berada di sebelah utara Kota Bogor. Pada tahun 2019, jumlah penduduk mencapai 5.965.410 jiwa dengan sebaran penduduk 2.236 jiwa/km².

Berdasarkan kondisi luas wilayah tersebut, Kabupaten Bogor dituntut untuk mampu membangun kapasitas penyelenggaraan pemerintahan dan daya saing daerah yang kompetitif sesuai dengan Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Salah satunya dengan mampu menjadikan pemerintahan sebagai daerah inovatif. Inovasi di segala bidang merupakan jawaban terhadap hal tersebut, baik di bidang tata kelola pemerintahan daerah, pelayanan publik maupun inovasi bentuk lainnya di masyarakat. Berkaitan dengan hal tersebut, Pemerintah Kabupaten Bogor berkomitmen untuk mendorong dan membangun budaya inovasi di berbagai sektor melalui kebijakan One Institution, One Innovation dan One Village, One Innovation yang diharapkan dapat menimbulkan dampak luas bagi percepatan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Bogor.

Seiring dengan hal tersebut sejak tahun 2016 Bappedalitbang Kabupaten Bogor melaksanakan Gelar Inovasi Daerah (GID) guna membangkitkan semangat berinovasi. Dengan terselenggaranya GID sampai saat ini telah memunculkan banyak inovator baik yang sudah ada maupun yang baru. Peserta Gelar Inovasi daerah (GID) terus bertambah setiap tahunnya. Tercatat sampai tahun 2020 terdapat tak kurang dari 412 inovasi yang diusulkan dalam GID termasuk keberhasilan meraih penghargaan sebagai Kabupaten terinovatif ke-3 di Indonesia (Kemendagri) dan peringkat ke-5 (Kemenristek) dengan total 329 inovasi

LATAR BELAKANG

Teknologi pada era millennial saat ini membawa kita kepada sebuah tahapan komunikasi yang baru. Sebuah tahapan komunikasi dimana semua informasi bisa kita temukan dan didapatkan hanya dari media komunikasi kita. Di era keterbukaan informasi perkembangan teknologi saat ini, informasi semakin tidak memiliki jarak dan memberikan pelajaran kepada kita agar mampu menguasai komunikasi global. Hanya beberapa klik saja, kita menjelajah informasi seperti mengelilingi dunia, Kita bisa mengetahui, berita apa yang saat ini sedang viral, barang apa atau tokoh-tokoh yang sedang populer dibicarakan, atau mungkin apa pun yang saat ini menjadi trending topik.

Di jaman modern saat ini, tidaklah mudah jika memasarkan produk/jasa hanya dengan mengandalkan berdagang berkeliling atau sekedar promosi dari mulut ke mulut/Word of Mouth saja. Untuk mempromosikan barang/jasa yang kita jual kepada masyarakat, tidak



hanya secara analog seperti media cetak, tetapi juga secara digital, seperti melalui internet. Promosi merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produk usaha.

Peningkatan komersialisasi inovasi membutuhkan peningkatan knowledge flow baik ke dalam maupun ke luar Pemerintah Kabupaten Bogor melalui jejaring dan kemitraan strategis. Peningkatan knowledge flow ke dalam Pemerintah Kabupaten Bogor diperlukan untuk mendapatkan informasi tentang inovasi yang dibutuhkan oleh industri, sedangkan peningkatan knowledge flow ke luar Pemerintah Kabupaten Bogor dilakukan untuk mempromosikan/menawarkan inovasi dari Perangkat Daerah (Dinas/Badan/Kecamatan), Desa/Kelurahan, Puskesmas, Perguruan Tinggi, Sekolah (SMA/SMK/SMP) kepada masyarakat, terutama industri dalam rangka alih teknologi atau dikomersialkan inovasi. Dengan lancarnya flow of knowledge tersebut maka inovasi ini akan dapat diformulasikan secara lebih tajam, sesuai kebutuhan industri atau sejalan dengan upaya mengatasi masalah-masalah perekonomian, sekaligus meningkatkan income. Salah satu yang menjadi fungsi media social dewasa ini adalah kegiatan promosi melalui video promosi.

Dengan promosi, maka produk akan jauh lebih mudah dikenal masyarakat dan mudah dicapai oleh target konsumen. Oleh karena itu, promosi sangatlah penting bagi perkembangan suatu usaha. Permasalahan promosi tersebut Bappedalitbang menciptakan inovasi sebagai wadah promosi bagi innovator yaitu TIK TOK BO (Testimoni Inovator Keren Tingkatkan Omset Keluarga Di Kabupaten Bogor).



TUJUAN DAN SASARAN

Tujuan dari kegiatan TIK TOK BO di Bappedalitbang Kabupaten Bogor adalah

- a. Meningkatkan alih teknologi (komersial inovasi)
- b. Meningkatkan knowledge flow (siklus/aliran pengetahuan) ke dalam atau luar Pemerintah daerah
- c. Memperluas jangkauan promosi dan pemasaran inovasi
- d. Media komunikasi online antara inovator dengan calon atau calon mitra bisnis
- e. Memberikan gambaran inovasi, nilai dan kesiapan teknologinya

Sasaran dari kegiatan TIK TOK BO adalah

- a. Tersedianya wadah promosi bagi inovator dalam mempromosikan inovasi yang telah diciptakan
- b. Terjadinya peningkatan ekonomi bagi pelaku inovasi sehingga inovasi yang diciptakan memiliki nilai tambah

LINGKUP KEGIATAN

TIK TOK BO (Testimoni Inovator Keren Tingkatkan Omset Keluarga Di Kabupaten Bogor) dirancang sebagai alat untuk mempromosikan/menawarkan inovasi yang dihasilkan oleh Perangkat Daerah (Dinas/Badan/Kecamatan), Desa/ Kelurahan, Puskesmas, Perguruan



Tinggi, Sekolah (SMA/SMK/SMP) kepada masyarakat, terutama industri dan calon penggunanya.

KEGIATAN POKOK DAN RINCIAN KEGIATAN

TIK TOK BO Ide terciptanya inovasi ini berawal dari hasil obrolannya dengan para inovator, ternyata hasil inovasi yang mereka hasilkan dipublikasikan kepada khalayak lapisan dari berbagai masyarakat. Mereka berpendapat, jika ada promosi yang cepat dan praktis, pada TIK TOK BO ini merupakan manifestasi keterlibatan antara publik-publik terkait dalam usaha mengembangkan potensi-potensi pemasaran online melalui implementasi komunikasi. Pemasaran dan media baru diabadikan dalam jejaring sosial Youtube dan Facebook dalam membuat promosi demi promosi untuk menjadi Top of Mind bagi para konsumennya. Adanya ketertarikan minat para konsumen yang berdasarkan pada promo tersebut merupakan wujud dari peningkatan eksistensi dari inovator itu sendiri.

CARA MELAKSANAKAN KEGIATAN

Strategi TIK TOK BO (Testimoni Inovator Keren Tingkatkan Omset Keluarga Di Kabupaten Bogor) untuk pembuatan video promosi dapat di unggah oleh staf Bidang Penelitian dan Pengembangan pada Bappedalitbang Kabupaten Bogor yang mengerjakan langsung semua proses pembuatan promosi video mulai dari proses sampai hasil akhir yang diunggah di media sosial melalui youtube dan facebook yang berfungsi untuk menyampaikan informasi kepada



audiens sasaran agar terjadi perubahan pengetahuan, sikap dan keterampilan, selain itu media video/audio visual memiliki fungsi dan manfaat lain yaitu:

1. Dapat memepermudah orang yang menyampaikan dan memudahkan dalam menerima informasi atau pelajaran.
2. Mendorong keinginan untuk mengetahui lebih banyak tentang hal-hal yang berkaitan dengan materi.
3. Lebih mengena dalam ingatan audiens

Strategi dalam pemasarannya, tentu berkaitan dengan komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran pada TIK TOK BO (Testimoni Inovator Keren Tingkatkan Omset Keluarga Di Kabupaten Bogor) adalah sarana dimana suatu inovasi menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk yang dijual, dimana penggunaan media komunikasi yang tepat dapat menciptakan citra terhadap suatu produk yang dipromosikan menjadi menarik. Penggunaan inovasi TIK TOK BO (Testimoni Inovator Keren Tingkatkan Omset Keluarga Di Kabupaten Bogor), media juga digunakan untuk mendapatkan pemenuhan atas kebutuhan seorang merupakan salah satu teori dan pendekatan yang sering digunakan dalam komunikasi.



DASAR ATURAN

TIK TOK BO dapat dimanfaatkan sebagai media untuk menumbuhkembangkan dan memotivasi budaya inovasi dengan harapan agar masyarakat tergerak untuk melakukan inovasi.

Dukungan regulasi yang menjamin keberlanjutan inovasi TIK TOK BO sangat kuat, antara lain:

- a. Peraturan Daerah Kabupaten Bogor No. 4 Tahun 2019 tentang RPJMD Kabupaten Bogor Tahun 2018-2023
- b. Peraturan Bupati Bogor Tentang Road Map Sistem Inovasi Daerah (SIDa)
- c. SE Bupati Bogor Tentang Inovasi Daerah No. 002.6/133-Bappedalitbang tanggal 8 Juli 2020
- d. SK Bupati Bogor Tentang Dewan Riset Daerah No. 050.3/325/Kpts/Per-UU/2019 dan Tim Koordinasi SIDa No 050.3/324/Kpts/Per-UU/2019

Semua inovasi yang ditampilkan dalam TIK TOK BO merupakan inovasi yang ada di Kabupaten Bogor dan telah ditetapkan melalui SK Bupati Bogor.



JADWAL DAN TAHAPAN INOVASI

Tabel 1. Tahapan Inovasi TIK TOK BO

NO	TAHAPAN	WAKTU KEGIATAN	KETERANGAN
1.	Latar Belakang Masalah	Januari 2020	Penyusunan latar belakang masalah digagasnya inovasi TIK TOK BO, termasuk di dalamnya dilakukan terlebih dahulu identifikasi permasalahan
2.	Perumusan Ide	Januari 2020	Perumusan ide dimulai dari dirumuskannya berbagai gagasan dan ide untuk memecahkan permasalahan yang ada, kemudian meminta masukan semua pihak serta koordinasi dengan Inspektur Kabupaten terkait rumusan ide
3.	Perancangan	Februari 2020	Menyusun Tim Pengelola Inovasi TIK TOK BO, dimana Pengelola Inovasi ini kemudian ditindaklanjuti dengan SK
4.	Implementasi	Februari 2020	Mulainya pelaksanaan inovasi TIK TOK BO dengan narasumber berasal dari sekolah, instansi pemerintah, universitas, dan masyarakat umum



METODE EVALUASI

Kegiatan video promosi yang dilakukan sudah bagus, tetapi ada baiknya jika Bappedalitbang Kabupaten Bogor melengkapi unggahan video promosi di media sosial youtube dan facebook yang menampilkan produk inovasi dengan durasi yang lebih panjang.

Penggunaan video promosi yang dilakukan akan lebih efektif jika dibarengi dengan promosi dan pengenalan media sosial yang dipakai sebagai media promosi, guna meningkatkan pengetahuan masyarakat akan kegiatan promosi yang dilakukan via media sosial.

Bappedalitbang Kabupaten Bogor meningkatkan kerja sama dengan pihak-pihak yang dominan dan populer di ranah media sosial dalam melakukan kegiatan promosinya agar dapat menjangkau pengguna secara meluas.

Dengan dilaksanakannya inovasi ini, dapat berpengaruh terhadap lingkungan sekitar, bisa pengaruh positif maupun negative. Positif nya yaitu akan maraknya jenis-jenis usaha baru yang akan timbul, dan itu bagus untuk perkembangan perkeonomian dimasyarakat. Tetapi negatifnya yaitu ketika berbagai macam usaha bermunculan, akan timbul berbagai masalah dibelakangnya, seperti limbah, polusi, dan lain-lain. Harus dilakukan pengawasan yang kontinyu.

