

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Selama periode 03 Juli hingga 30 September 2024, selama kurang lebih 440 jam, praktikan menjalankan Kerja Profesi di Biro Hubungan Masyarakat (Humas) pada Sekretariat Jenderal Kementerian Agama (Kemenag). Pemilihan Divisi Hubungan Masyarakat sebagai lokasi Kerja Profesi sangat relevan, terutama karena divisi ini memainkan peran penting dalam menyampaikan informasi kepada publik mengenai kinerja, kebijakan, serta program-program yang dijalankan oleh Kemenag. Praktikan memperoleh kesempatan yang sangat baik untuk terlibat langsung dalam berbagai kegiatan komunikasi publik, meskipun tidak semua tugas-tugas Humas dapat diikuti secara mendalam dalam waktu yang terbatas ini.

Dalam pelaksanaan Kerja Profesi ini, praktikan menerapkan beberapa ilmu pengetahuan yang telah dipelajari di perkuliahan, seperti mata kuliah Pengantar Humas, Jurnalisme Online, dan Humas Online. Pemahaman dasar-dasar Humas serta teknik jurnalisme online yang telah diperoleh menjadi bekal utama praktikan dalam menjalani kegiatan di lapangan. Praktikan juga menyadari bahwa praktik di lapangan menuntut fleksibilitas dan kemampuan untuk beradaptasi cepat dengan berbagai jenis tugas yang ada di lingkungan Humas Kemenag. Dengan demikian, Kerja Profesi ini memberikan kesempatan berharga bagi praktikan untuk menyatukan teori yang telah dipelajari dengan realitas praktik di dunia profesional.

Sebagai bagian dari tugas-tugas yang dilakukan, praktikan aktif membantu tim Humas dalam mempublikasikan berbagai kegiatan, program, dan capaian Kementerian Agama melalui media massa dan platform digital. Salah satu tanggung jawab utama yang dijalani praktikan adalah melakukan peliputan berbagai acara dan kegiatan resmi yang diselenggarakan oleh Kemenag RI. Dalam kegiatan ini, praktikan bertugas untuk mengumpulkan informasi penting, mencatat detail-detail peristiwa, serta menyusun transkrip dari acara tersebut. Transkrip ini nantinya digunakan sebagai dasar untuk menulis draf berita yang akan dipublikasikan di situs resmi Kemenag RI. Melalui proses ini, praktikan belajar mengenai pentingnya ketelitian dan ketepatan dalam merekam informasi untuk menghasilkan berita yang akurat dan informatif.

Selain liputan acara, praktikan juga turut berperan dalam membuat materi untuk konten media sosial Kemenag. Salah satu tugas yang dilakukan adalah membuat brief konten, atau panduan singkat yang memberikan arahan dalam pembuatan materi konten yang nantinya dipublikasikan di berbagai media sosial Kemenag, seperti Instagram dan TikTok. Brief konten ini bertujuan agar pesan yang disampaikan kepada publik sesuai dengan kebijakan dan citra positif yang ingin dibangun oleh Kemenag. Pembuatan brief konten juga melibatkan riset singkat terkait topik atau isu yang sedang dibahas, pemilihan gaya komunikasi yang tepat, serta pemahaman tentang preferensi audiens. Praktikan belajar untuk mempertimbangkan sudut pandang yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dalam menyusun materi komunikasi publik.

Selain itu, praktikan juga melakukan pemantauan terhadap siaran pers yang dikeluarkan oleh Kemenag. Kegiatan monitoring ini meliputi proses memeriksa, mengevaluasi, dan melacak sejauh mana pesan yang disampaikan Kemenag diterima oleh media dan masyarakat. Monitoring pers ini tidak hanya sekedar mengukur respons media terhadap berita atau informasi yang diberikan, tetapi juga berfungsi sebagai umpan balik bagi Kemenag dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif di masa mendatang. Praktikan menjadi lebih memahami bagaimana pentingnya menjaga konsistensi pesan dan meningkatkan kredibilitas informasi dalam setiap publikasi yang dikeluarkan.

Kegiatan Kerja Profesi ini memberikan pengalaman praktis kepada praktikan dalam mengelola fungsi-fungsi penting Humas di instansi pemerintah. Selain memperoleh keterampilan teknis, praktikan juga belajar tentang fungsi Humas sebagai media komunikasi yang menghubungkan instansi pemerintah dengan masyarakat. Praktikan memahami bahwa peran Humas di Kemenag tidak hanya sekedar mempublikasikan informasi, tetapi juga membangun kepercayaan dan menjaga hubungan baik dengan masyarakat. Ini adalah salah satu aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik oleh seorang Humas, terutama yang bekerja di institusi pemerintahan seperti Kemenag.

3.1.1. Publikasi

Publikasi menjadi salah satu kegiatan utama Humas Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag RI) sebagai upaya membangun dan mempertahankan citra positif organisasi di mata masyarakat. Dalam era komunikasi modern ini, citra dan reputasi yang positif merupakan salah satu kunci keberhasilan sebuah institusi dalam mencapai tujuannya. Oleh karena itu, Humas Kemenag RI memiliki tanggung jawab yang besar untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik sesuai dengan visi dan misi organisasi, serta mampu membangun kepercayaan di antara masyarakat.

Salah satu program besar yang beberapa waktu lalu menjadi fokus Kemenag RI adalah Sukses Haji 2024. Program ini merupakan bentuk tanggung jawab pemerintah dalam menyelenggarakan ibadah haji bagi masyarakat Indonesia. Agar program ini berjalan dengan baik dan mendapat dukungan penuh dari masyarakat, publikasi menjadi salah satu alat utama dalam menyampaikan informasi yang relevan dan penting terkait pelaksanaan haji. Melalui publikasi, Humas Kemenag RI dapat menjelaskan berbagai tujuan, program, serta kebijakan terkait Sukses Haji 2024 kepada khalayak luas.

Menurut Merriam Webster Dictionary, publikasi berarti “tindakan atau proses mempublikasikan sesuatu” atau karya yang telah dipublikasikan. Dalam konteks ini, publikasi merujuk pada kegiatan penyebaran informasi yang bertujuan menarik perhatian masyarakat terhadap isu atau aktivitas tertentu yang dilakukan oleh suatu organisasi. Dengan kata lain, publikasi bukan sekadar proses penyampaian informasi, tetapi juga berfungsi untuk membangun citra dan persepsi publik terhadap organisasi tersebut.

Philip dan Herbert M. Baus, dalam bukunya *Preparations for Communication*, menyatakan bahwa publikasi adalah salah satu tugas utama seorang humas (hubungan masyarakat). Tugas ini melibatkan penyampaian informasi seluas mungkin mengenai kegiatan perusahaan atau organisasi kepada publik. Ini menunjukkan bahwa publikasi adalah alat penting yang digunakan oleh organisasi untuk mengkomunikasikan misi, visi, dan nilai-nilai mereka kepada audiens. Dengan demikian, publikasi bukan hanya satu arah, tetapi juga merupakan proses interaktif yang dapat memengaruhi pandangan masyarakat terhadap suatu institusi.

Peran publikasi dalam membentuk opini publik sangat krusial, terutama bagi lembaga pemerintah seperti Kementerian Agama Republik Indonesia

(Kemenag RI). Kemenag RI bertanggung jawab untuk mengelola informasi tentang kebijakan, program, dan kegiatan yang berkaitan dengan agama serta kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, publikasi yang efektif akan membantu Kemenag RI menjelaskan posisinya dalam isu-isu penting, menyampaikan pencapaian mereka, dan mendidik masyarakat tentang program-program yang dilaksanakan.

Di era digital saat ini, cara publikasi juga telah berubah. Media sosial, situs web resmi, dan platform digital lainnya menjadi saluran utama dalam menyebarluaskan informasi. Misalnya, Kemenag RI dapat memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat, menjawab pertanyaan, dan memberikan klarifikasi mengenai kebijakan yang mereka keluarkan. Ini tidak hanya mempercepat penyampaian informasi, tetapi juga meningkatkan keterlibatan masyarakat dengan Kemenag RI. Dengan demikian, publikasi melalui media digital dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas lembaga pemerintah.

Selain itu, publikasi juga berkaitan erat dengan strategi komunikasi yang lebih luas. Saat menyusun rencana publikasi, organisasi perlu mempertimbangkan audiens yang ingin dijangkau, pesan yang akan disampaikan, dan media yang akan digunakan. Pendekatan yang tepat dalam publikasi memastikan informasi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi seorang humas untuk memiliki keterampilan komunikasi yang baik serta pemahaman mendalam tentang isu-isu yang relevan.

Dalam konteks Kemenag RI, publikasi yang baik dapat membantu menciptakan citra positif dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan dan program yang dijalankan. Hal ini tentu akan berdampak pada dukungan publik yang lebih besar terhadap kegiatan Kemenag RI, sehingga mendorong keberhasilan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab mereka.

Publikasi merupakan elemen penting dalam upaya komunikasi yang efektif. Melalui publikasi, informasi yang relevan dan penting dapat sampai ke masyarakat dengan cara yang mudah dipahami. Dalam dunia yang semakin terhubung, kemampuan untuk melakukan publikasi secara efisien dan efektif menjadi kunci keberhasilan bagi setiap organisasi, termasuk lembaga pemerintah seperti Kemenag.

1. Publikasi Internal

Publikasi internal merupakan kegiatan yang diperuntukkan kepada pihak internal dalam suatu organisasi, seperti karyawan, manajemen, dan stakeholder internal lainnya. Tujuan utama dari publikasi internal adalah untuk memastikan bahwa seluruh anggota organisasi memiliki pemahaman yang sama mengenai visi, misi, dan kegiatan organisasi. Dengan adanya keselarasan informasi di antara pihak internal, diharapkan akan terbentuk sinergi dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab masing-masing. Di Kemenag RI, publikasi internal dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti rapat antar seluruh karyawan, media internal (buletin), serta media cetak seperti poster, brosur, atau flyer yang ditempatkan di area yang strategis di lingkungan kantor.

Publikasi internal yang baik akan memastikan bahwa semua karyawan memiliki akses terhadap informasi terbaru dan penting mengenai kegiatan yang sedang dilakukan oleh organisasi, termasuk program-program besar seperti Sukses Haji 2024. Dengan demikian, seluruh tim dapat bekerja secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan bersama. Salah satu bentuk publikasi internal yang paling umum adalah rapat karyawan. Dengan adanya rapat ini, informasi penting dapat disampaikan secara langsung oleh pimpinan atau manajer kepada seluruh anggota tim. Dengan adanya publikasi internal yang rutin, diharapkan akan tercipta komunikasi yang baik antara manajemen dan karyawan, sehingga tercapai pemahaman yang lebih baik mengenai arah organisasi ke depan.

2. Publikasi Eksternal

Sementara itu, publikasi eksternal adalah kegiatan yang ditujukan kepada pihak-pihak di luar organisasi, seperti masyarakat umum, media massa, mitra bisnis, serta stakeholder eksternal lainnya. Publikasi eksternal memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan dengan publikasi internal, karena target komunikasinya adalah publik yang lebih heterogen. Oleh karena itu, perencanaan yang matang dan terstruktur sangat diperlukan sebelum melakukan publikasi eksternal. Kegiatan publikasi eksternal harus dirancang sedemikian rupa agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh publik dan memberikan dampak positif terhadap citra organisasi. Seperti contohnya, Sukses Haji 2024, yang membutuhkan dukungan publikasi eksternal yang kuat agar masyarakat memahami

tujuan dan manfaat dari program tersebut. Untuk mencapai hal ini, Humas Kemenag RI memanfaatkan berbagai kanal media yang dimiliki, seperti website resmi dan media sosial. Salah satu strategi efektif dalam publikasi eksternal adalah melalui media sosial. Media sosial memiliki daya jangkauan yang sangat luas dan dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat.

Melalui media sosial, Kemenag RI dapat membagikan informasi terbaru mengenai persiapan pelaksanaan haji, kebijakan terbaru, serta panduan bagi calon jemaah haji. Selain itu, media sosial juga memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara Kemenag RI dengan masyarakat, sehingga Humas dapat dengan cepat merespons pertanyaan atau masukan yang diberikan oleh publik. Selain media sosial, Kemenag RI juga memanfaatkan media cetak dan elektronik dalam menyebarkan informasi terkait Sukses Haji 2024. Melalui kerja sama dengan media massa, informasi yang disampaikan dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan beragam. Kemenag RI mengadakan konferensi pers atau mengirimkan siaran pers kepada media massa untuk menjelaskan perkembangan terbaru mengenai program haji.

Dengan demikian, informasi yang disampaikan akan lebih kredibel dan memiliki dampak yang lebih besar di masyarakat. Selain itu, dalam publikasi eksternal, Humas Kemenag RI juga perlu memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan dan harapan publik.

Pesan yang jelas, relevan, dan tepat sasaran akan membantu masyarakat untuk lebih memahami dan mendukung program-program yang dijalankan oleh Kemenag RI. Oleh karena itu, dalam merancang publikasi eksternal, penting untuk melakukan analisis audiens terlebih dahulu agar dapat mengetahui karakteristik dan kebutuhan informasi dari publik yang dituju.

Secara keseluruhan, publikasi memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga citra organisasi. Melalui publikasi yang efektif, Kemenag RI dapat membangun kepercayaan di mata publik, serta memastikan bahwa program-program yang dijalankan, seperti Sukses Haji 2024, mendapatkan dukungan penuh dari masyarakat. Selain itu, publikasi juga memungkinkan Humas Kemenag RI untuk merespons isu-isu yang berkembang di masyarakat secara cepat dan tepat, sehingga dapat menghindari terjadinya kesalahpahaman yang dapat merusak citra organisasi.

3.1.2. Publisitas

Publisitas adalah salah satu bentuk publikasi yang dilakukan oleh seorang praktisi Hubungan Masyarakat. Kegiatan ini mencakup penyebaran artikel, tulisan, foto, atau visual yang memiliki nilai berita. Tujuan dari publisitas ini adalah untuk menarik perhatian publik terhadap sebuah tempat, perusahaan, atau instansi, dan biasanya dilakukan melalui media publik umum.

Instansi dapat menyampaikan pesan mereka melalui publisitas dengan memanfaatkan platform digital yang dimiliki. Platform tersebut harus menyediakan layanan informasi yang lengkap dan mudah diakses oleh seluruh masyarakat. Hal yang paling penting adalah bahwa pesan yang disampaikan bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat di Indonesia. Publisitas juga mencakup liputan media tentang berbagai kegiatan atau acara yang diselenggarakan oleh instansi, sehingga bisa diberitakan dan menjadi informasi yang bermanfaat bagi masyarakat.

Meskipun Kementerian Agama Republik Indonesia bergerak di bidang keagamaan, mereka tetap aktif dalam melakukan kegiatan publisitas melalui platform online miliknya. Ini sangat penting untuk menjaga citra positif Kementerian Agama di mata masyarakat dan untuk memperkuat hubungan baik dengan masyarakat di seluruh Indonesia.

Seorang praktisi Humas memiliki tanggung jawab besar dalam membentuk publisitas yang positif dan membangun citra organisasi. Ketika membuat publisitas pada media yang dimiliki oleh Kemenag RI, divisi Humas akan melakukan beberapa tahapan dalam proses pra produksi dan produksi pada pengerjaan publisitas, yakni:

1. **Content Planning**

Tugas seorang *content planner* mengacu pada proses rencana pembuatan konsep konten yang terperinci mencakup strategi, topik, jadwal, format, dan konten yang akan dipublikasikan pada platform media sosial. Perencanaan konten juga memerlukan penentuan topik konten yang relevan dengan audiens dan tujuan dalam penjadwalan konten yang teratur, baik dalam hal waktu maupun frekuensi publikasi. Menurut Looy (2016) menyatakan

bahwa dengan adanya perencanaan konten yang terstruktur, lembaga dapat memastikan bahwa konten yang dipublikasikan akan sesuai dengan tujuan lembaga. Lebih lanjut, menurut Oktriwina (2021) menyatakan bahwa Perencanaan konten dapat disusun untuk jangka waktu tertentu, yang disesuaikan dengan kebutuhan dan hasil riset yang telah dilakukan. Berikut adalah beberapa ketentuan yang perlu diperhatikan:

a. Memahami SWOT

Analisis SWOT adalah teknik perencanaan strategis yang membantu individu atau organisasi mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang berkaitan dengan bisnis atau proyek. Analisis ini mempermudah content planner dalam merancang strategi. Dengan SWOT, content planner dapat memahami brand dan produk yang akan dipromosikan, serta mendapatkan wawasan tentang konsumen untuk mendukung proses perencanaan konten.

b. Kreativitas

Ide adalah “nyawa” dari setiap konten. Tanpa kreativitas, kampanye yang dijalankan tidak akan mampu menarik minat audiens. Selain memastikan rencana konten tersusun dengan baik, seorang content planner harus memastikan bahwa konten yang ditayangkan menarik perhatian dan relevan bagi audiens.

c. Memahami Trend

Menguasai momen penting yang dapat dimanfaatkan untuk promosi adalah hal yang penting. Praktikan harus memahami tren yang relevan dengan industri dan bidang pekerjaan, serta tren lain yang dapat digunakan untuk promosi. Dengan memanfaatkan tren atau *what's happening*, content planner dapat menciptakan strategi konten yang menarik dan relevan bagi audiens.

Berdasarkan laman Vocasia, perencanaan konten adalah proses yang mencakup penentuan tema topik yang akan dibahas, jenis konten yang sesuai dengan tujuan dan preferensi audiens yang ditargetkan, serta mengatur semuanya dalam kalender editorial. Dengan adanya

perencanaan konten, tim kerja dapat lebih mudah berkolaborasi dan melakukan brainstorming bersama dalam menciptakan konten yang tepat guna mencapai tujuan bersama. Salah satu manfaat dari pembuatan rencana konten adalah mengetahui siapa yang bertanggung jawab atas pembuatan materi, sumber referensi konten, hingga eksekusi desain grafis. Selain itu, perencanaan konten juga membantu mengidentifikasi siapa yang akan menerima, meninjau, dan menyetujui konten. Proses ini juga memudahkan penentuan frekuensi pembaruan konten serta penetapan tenggat waktu untuk setiap proyek yang dikerjakan.

2. **Research**

Riset, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah penyelidikan atau penelitian yang dilakukan secara sistematis, kritis, dan ilmiah terhadap suatu masalah. Tujuan dari riset ini adalah untuk memperdalam pengetahuan dan pemahaman, menemukan fakta-fakta baru, menginterpretasi data dengan lebih baik, serta mengidentifikasi tantangan atau masalah yang mungkin belum dikenal. Riset juga memainkan peran besar dalam pengambilan keputusan. Data yang dikumpulkan melalui riset memberi informasi yang lebih akurat untuk mendukung kebijakan yang relevan dan efektif. Menurut Cutlip dalam *Effective Public Relations* (2006), riset juga memiliki cakupan yang lebih luas saat diterapkan dalam komunikasi publik dan hubungan masyarakat. Riset dalam konteks ini mencakup pengumpulan informasi tentang opini publik, tren sosial, isu-isu terkini, iklim politik, regulasi, liputan media, serta pandangan kelompok yang terkait dengan kepentingan organisasi. Riset dalam humas bertujuan untuk memahami persepsi dan harapan masyarakat, sehingga organisasi dapat menyusun strategi komunikasi yang efektif, membangun citra positif, atau memperkuat hubungan dengan publik. Pengumpulan informasi dalam riset humas ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti survei, wawancara mendalam, analisis media, hingga pengamatan langsung. Pemerintah juga dapat melakukan riset untuk mengukur opini publik terhadap kebijakan tertentu. Hasil riset ini memberi wawasan tentang harapan masyarakat dan memungkinkan pemerintah menyesuaikan kebijakan agar lebih sesuai dengan kebutuhan publik.

Dalam skala nasional, riset memiliki peran penting dalam pembangunan. Pemerintah melakukan riset untuk mengetahui kebutuhan masyarakat, mengidentifikasi tantangan, serta merumuskan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan ekonomi, kesejahteraan, dan stabilitas sosial. Selain itu, riset berfungsi untuk menganalisis dampak dari suatu kebijakan atau tindakan. Jika pemerintah menerapkan kebijakan baru, riset bisa dilakukan untuk menilai apakah kebijakan tersebut berhasil atau justru memiliki efek negatif yang perlu diantisipasi. Dengan riset yang berkelanjutan, organisasi atau pemerintah dapat mengevaluasi efektivitas kebijakan dan melakukan perbaikan jika diperlukan.

3. Menulis dan Mengedit

Berdasarkan Glen M. Broom dan Bey-Ling Sha dalam buku *Cutlip and Center's Effective Public Relations* (2012), Menulis dan mengedit merupakan bagian penting dari tugas seorang praktisi humas. Aktivitas ini meliputi berbagai hal, mulai dari penulisan rilis berita, baik untuk media cetak maupun siaran audio, hingga pembuatan beragam konten yang dibutuhkan organisasi untuk menyampaikan pesan kepada publik. Proses penulisan tidak hanya terbatas pada rilis berita, tetapi juga mencakup penyusunan *feature*, berita internal untuk karyawan dan pemangku kepentingan, artikel, hingga konten untuk platform media sosial.

Salah satu tanggung jawab penting dalam menulis rilis berita adalah memastikan bahwa informasi yang disampaikan bersifat informatif, relevan, dan disajikan dengan cara yang menarik. Sebuah rilis berita biasanya dibuat untuk menjangkau media massa agar informasi tentang kegiatan, program, atau kebijakan suatu organisasi dapat diketahui oleh masyarakat luas. Rilis berita ini juga sering kali disusun dalam bentuk audio siaran, sehingga dapat diakses melalui media radio atau platform audio lainnya. Penyampaian informasi melalui audio siaran ini bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama mereka yang lebih banyak mengonsumsi berita melalui media suara daripada media cetak atau digital. Selain berita, praktisi humas juga sering terlibat dalam penulisan cerita *feature*, yang berfungsi untuk memberikan informasi lebih mendalam mengenai suatu isu atau program tertentu. Cerita *feature* sering kali bersifat *human interest*, yang bertujuan untuk menggugah emosi pembaca dan

memberikan pandangan yang lebih personal tentang organisasi atau program yang sedang diangkat. Cerita semacam ini dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam menarik perhatian publik dan membangun hubungan yang lebih dekat antara organisasi dan masyarakat.

Selain itu, humas juga bertanggung jawab untuk menulis berita yang ditujukan untuk karyawan dan pemangku kepentingan. Berita internal ini sangat penting karena membantu memastikan bahwa semua orang di dalam organisasi memiliki informasi yang up-to-date mengenai berbagai kegiatan dan perkembangan yang terjadi. Dengan demikian, semua pihak di dalam organisasi.

Tidak hanya terbatas pada rilis berita dan artikel, penulisan dalam dunia humas juga mencakup pembuatan konten untuk media sosial. Media sosial telah menjadi salah satu platform utama bagi organisasi dalam berkomunikasi dengan publik. Oleh karena itu, penulisan untuk media sosial harus disesuaikan dengan karakteristik platform tersebut, seperti gaya bahasa dan penggunaan visual yang menarik. Konten media sosial ini bisa berupa teks singkat, foto, video, atau *slide show* yang dirancang untuk meningkatkan engagement.

4. Publisitas dalam Media Baru

Salah satu cara Kemenag RI untuk menyampaikan informasi dan edukasi kepada masyarakat Indonesia ialah melalui publisitas dalam media baru. Langkah ini juga mencerminkan upaya keaktifan Kemenag RI dalam mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan platform digital. Tujuan dari kegiatan publisitas ini adalah untuk meningkatkan *engagement* dan menjaga hubungan baik antara masyarakat dengan Kemenag RI. Pemanfaatan media sosial Instagram @kemenag_ri menjadi salah satu bentuk publikasi yang dilakukan oleh Kemenag RI, melalui konten berupa feeds, reels, dan story. Kemenag RI juga memanfaatkan akun TikTok @kemenag_ri dan situs web resmi Kemenag RI (<https://kemenag.go.id>) yang berisi berita internal, eksternal, serta siaran pers terkait program atau kegiatan yang diselenggarakan oleh Kemenag RI. Semua ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik (yang positif terhadap Kemenag RI).

5. Publisitas dalam Media Lama

Media massa digunakan Humas pemerintah untuk menyampaikan informasi yang menyangkut kebijaksanaan dan tindakan tertentu serta tugas atau kewajiban pemerintahan. Media massa terbagi menjadi media cetak, internet, dan elektronik. Meskipun Kemenag RI pada saat ini berfokus pada publisitas melalui platform online. Adapun media lama yang masih dimanfaatkan Kemenag RI dalam kegiatan kehumasan yakni berupa *Bilboard* atau reklame. Penggunaan *Bilboard* ketika menyampaikan ucapan hari besar dan program yang sedang berjalan di Kementerian Agama RI. Sebagai contoh ketika masa Haji 2024, Kemnterian Agama RI mempublikasikan sebuah Bilboard berisi visual yang memiliki nilai berita terkait Haji 2024.

3.1.3. Content Library

Content library, atau bank konten, adalah sistem yang berfungsi untuk menyimpan dan mengelola berbagai materi digital di satu tempat. Tujuannya adalah agar akses, distribusi, dan pengelolaan konten jadi lebih mudah dan efisien. Biasanya, *content library* berisi beragam jenis konten seperti artikel, gambar, video, grafik, dokumen, presentasi, dan media lain yang dibutuhkan dalam pembuatan serta penyebaran informasi. Ini membantu tim dan organisasi dalam menjaga kualitas dan konsistensi materi yang digunakan secara rutin, misalnya untuk media sosial, promosi, dan kampanye. *Content library* sangat bermanfaat bagi tim pemasaran, komunikasi, atau kreatif dalam perusahaan karena diantaranya sebagai berikut:

1. Mengakses Konten Lebih Mudah
Semua konten berada di satu tempat, sehingga setiap anggota tim dapat menemukan materi yang dibutuhkan tanpa repot mencari dari berbagai sumber.
2. Mengelola Konten dengan Lebih Efisien
Materi dapat dikelompokkan berdasarkan kategori, topik, tanggal, atau proyek, yang memudahkan pengaturan dan menjaga konten tetap rapi dan terstruktur.
3. Memastikan Konsistensi Merek

Dengan content library, perusahaan dapat memastikan bahwa semua tim menggunakan konten yang selaras dengan panduan merek, sehingga citra perusahaan tetap konsisten di mata audiens.

4. **Menghemat Waktu**

Content library memungkinkan tim untuk menemukan dan menggunakan materi yang sudah tersedia, mengurangi waktu yang diperlukan untuk membuat konten dari awal.

5. **Memfasilitasi Kolaborasi**

Content library sering kali dilengkapi fitur kolaborasi yang memudahkan berbagai tim bekerja bersama, membagikan ide, serta memberikan akses pada materi sesuai peran masing-masing anggota.

3.1.4. Media Monitoring

Indonesia PR menyatakan bahwa, proses melihat, membaca, atau mendengarkan informasi editorial dari berbagai sumber media, diikuti dengan identifikasi, pengarsipan, dan analisis konten yang mengandung kata kunci atau topik tertentu, dikenal sebagai media monitoring. Sementara, Agility PR Solutions mengatakan bahwa ada lima alasan utama untuk melakukan media monitoring:

1. **Memahami audiens target:** Melalui media monitoring, kita bisa lebih memahami audiens target, termasuk preferensi mereka, serta pandangan mereka terhadap organisasi atau merek yang kita kelola.
2. **Reputasi dan persepsi merek:** Media monitoring membantu mengenali potensi krisis lebih awal dan memungkinkan respons yang cepat dan efektif untuk meminimalkan dampaknya.
3. **Mitigasi risiko:** Proses ini memungkinkan evaluasi dan pengendalian risiko sebelum dampak yang lebih besar terjadi (Stoneburner, 2002).
4. **Evaluasi upaya yang dilakukan:** Media monitoring memberikan gambaran apakah usaha yang telah dilakukan berhasil mendapatkan respon positif dari publik.
5. **Mengidentifikasi jurnalis dan influencer:** Dengan media monitoring, kita dapat menemukan jurnalis atau influencer yang relevan untuk bekerja sama, terutama mereka yang sudah menulis tentang organisasi atau perusahaan kita dan memiliki pengaruh pada audiens mereka.

Dalam praktiknya, media monitoring tidak hanya bertujuan untuk mengukur eksposur pemberitaan terkait suatu institusi di media publik, tetapi juga untuk memprediksi tren di masa depan. Media monitoring terbagi menjadi dua jenis utama, yaitu:

1. Conventional Media Monitoring: Menggunakan media massa, seperti media cetak, elektronik, maupun digital sebagai sumber data untuk dianalisis.
2. Non-Conventional Media Monitoring: Menganalisis percakapan yang terjadi di media sosial populer.

Dari kedua jenis ini, muncul berbagai turunan seperti social media monitoring, yang terbagi lagi menjadi tiga kategori berdasarkan aktivitasnya:

1. Media Clipping: Mengumpulkan dan menyusun konten dari media.
2. Media Tracking: Memantau perkembangan pemberitaan terkait topik tertentu.
3. Content Analysis: Menganalisis isi konten secara mendalam untuk mendapatkan wawasan yang lebih detail.

Dalam pelaksanaan Kerja Profesi, praktikan melakukan kegiatan Media clipping sebagai pekerjaan tambahan. Media Clipping atau yang dikenal sebagai PR clipping, merupakan metode penting dalam *public relations* yang digunakan untuk menganalisis efektivitas berbagai aktivitas humas. Metode ini melibatkan pengumpulan dokumentasi dari media, seperti artikel, berita, atau iklan, yang menyebutkan nama perusahaan, brand, atau organisasi. Media clipping membantu mengukur sejauh mana kampanye PR atau aktivitas lainnya berhasil mendapatkan perhatian media dan disebarkan ke publik.

Secara praktis, media clipping mencakup pengumpulan publikasi dari berbagai media, baik cetak, online, radio, maupun televisi, yang membahas atau menyinggung organisasi atau brand. Dokumentasi tersebut kemudian dianalisis untuk menilai apakah pesan yang ingin disampaikan berhasil diterima oleh audiens target, bagaimana media menggambarkan brand tersebut, serta seberapa besar dampak dari publikasi tersebut terhadap reputasi organisasi.

Salah satu tujuan utama media clipping adalah untuk mengukur keberhasilan strategi komunikasi. Dengan mengumpulkan dan menganalisis artikel, berita, dan iklan, tim PR dapat menilai apakah pesan yang mereka sampaikan melalui kampanye telah diterima dengan baik oleh media dan publik.

Selain itu, mereka bisa melihat seberapa sering nama brand disebutkan, dalam konteks apa, dan apakah liputannya bersifat positif, netral, atau negatif. Media clipping berguna untuk mengidentifikasi tren yang sedang berkembang di media terkait organisasi atau industri tertentu. Dengan memonitor publikasi media, praktisi Humas dapat memahami perubahan persepsi publik terhadap brand, serta bagaimana isu-isu yang relevan dengan organisasi diperlakukan oleh media. Informasi ini berguna untuk merencanakan langkah komunikasi ke depan guna menjaga atau meningkatkan reputasi organisasi.

Media clipping dianggap penting dalam memahami sentimen publik. Melalui analisis publikasi media, Humas dapat mengukur apakah pandangan publik terhadap brand atau organisasi cenderung positif, negatif, atau netral. Analisis sentimen ini sangat berguna untuk menentukan langkah komunikasi berikutnya guna memperbaiki atau mempertahankan citra organisasi. Media clipping bisa dilakukan secara manual dengan mengumpulkan klip dari media cetak, atau secara otomatis dengan bantuan teknologi modern. Selain sebagai alat evaluasi, media clipping juga berguna dalam menyusun laporan kinerja kepada manajemen. Data yang dihasilkan dari media clipping membantu tim PR memberikan gambaran yang jelas tentang keberhasilan kampanye serta menawarkan rekomendasi untuk perbaikan di masa depan.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Praktikan bergabung dengan Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Agama selama menjalani program Kerja Profesi, dengan fokus utama pada publikasi di *platform digital*. Selama Kerja Profesi, praktikan bertanggung jawab memproduksi konten untuk akun Instagram Kementerian Agama serta menyusun materi rilis berita, termasuk draft berita dan transkripsi acara dari liputan media. Praktikan mendapat kesempatan untuk meliput acara secara langsung. Sepanjang pelaksanaan tugas tersebut, praktikan didampingi oleh mentor yang berperan sebagai pembimbing untuk memberikan arahan dan pengawasan selama praktikan menjalankan tugas di lapangan.

3.2.1 Pekerjaan Utama

- 1. Publisitas dalam Media Baru**
 - a. Website resmi Kemenag RI**

Dalam kegiatan ini, praktikan mengikuti berbagai acara yang diselenggarakan oleh Kementerian Agama, baik secara daring maupun luring. Keterlibatan dalam acara tersebut tidak hanya memberikan pengalaman langsung, tetapi juga membantu praktikan memahami lebih dalam kebijakan dan program yang diusung oleh Kementerian Agama.

Saat mengikuti acara, praktikan mencatat informasi penting yang disampaikan oleh para narasumber. Proses ini memerlukan perhatian yang teliti, karena setiap detail yang disampaikan bisa menjadi bahan berita yang signifikan. Untuk memastikan tidak ada informasi penting yang terlewat, praktikan bekerja sama dengan rekan-rekan magang lainnya. Pembagian tugas menjadi cara efektif untuk menyalin informasi dari semua narasumber dengan baik.

Setelah menyelesaikan transkrip dari semua narasumber, langkah selanjutnya adalah menyusun draf berita. Praktikan berkumpul dan berdiskusi untuk merumuskan berita berdasarkan acara yang telah diadakan oleh Kemenag RI. Diskusi ini sangat penting karena dapat menghasilkan perspektif dan ide baru tentang cara menyajikan informasi dengan menarik dan informatif. Praktikan juga memperhatikan sudut pandang yang berbeda mengenai materi yang disampaikan, sehingga berita yang dihasilkan menjadi lebih komprehensif.

Adapun unsur-unsur berita yang harus dipenuhi dalam penulisan penulisan berita, sebagai berikut:

- 1) Judul: Dalam membuat judul, praktikan memperhatikan judul yang menarik untuk publik ataupun media, dengan memberikan judul yang singkat tentang isi berita
- 2) Tanggal: Penulisan tanggal menjadi keharusan yang disertakan dalam menunjukkan kapan berita diterbitkan
- 3) Lead: Pada bagian ini harus memuat informasi yang paling penting dan menarik, serta menjawab pertanyaan 5W+1H. Praktikan dalam mengerjakan bagian ini, harus memiliki kreatifitas dalam mengemas informasi penting
- 4) Isi Berita: Dalam menuliskan isi berita, praktikan harus memastikan bahwa informasi yang dimuat ialah informasi yang relevan dan akurat, serta memenuhi standar etika dan prinsip jurnalisme

- 5) Gaya Bahasa: Praktikan juga memperhatikan gaya bahasa yang jelas, mudah dipahami, dan sebisa mungkin menghindari penggunaan bahasa atau istilah yang sulit dipahami oleh publik.
- 6) Ketepatan Waktu: Dalam menulis berita, praktikan juga diminta untuk memperhatikan ketepatan waktu yakni proses pengerjaan yang harus cepat yakni tidak boleh lebih dari 24 jam agar dapat disebarluaskan di waktu yang tepat dan juga menjangkau audiens.

Setelah draft berita selesai, praktikan mengirim tautan Google Docs berisi draft kepada mentor untuk ditinjau. Proses ini merupakan langkah penting dalam menjaga kualitas berita yang akan dipublikasikan. Mentor yang lebih berpengalaman akan memeriksa konten, gaya penulisan, dan keakuratan informasi dalam draf. Dengan mendapatkan umpan balik dari mentor, praktikan bisa mengetahui aspek mana yang perlu diperbaiki. Dalam proses peninjauan, mentor memberikan masukan detail tentang hal-hal yang harus diperbaiki. Jika ada informasi yang kurang jelas atau kesalahan dalam penulisan, mentor akan menunjukkan bagian tersebut dan menjelaskan cara yang seharusnya. Masukan ini sangat membantu praktikan untuk memahami standar penulisan berita yang berlaku di Kemenag RI. Selain itu, mentor juga menjelaskan pentingnya struktur berita yang baik, yang meliputi judul menarik, lead yang jelas, serta penjabaran yang teratur dan logis.

Mentor tidak hanya memberikan kritik, tetapi juga membagikan tips-tips penulisan berita yang berguna. Misalnya, beliau menjelaskan cara menarik perhatian pembaca dengan judul yang kreatif dan informatif. Selain itu, mentor menekankan pentingnya memakai bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh masyarakat umum, karena tujuan utama berita yang kami buat adalah menyampaikan informasi dengan jelas kepada publik. Satu aspek penting dalam penulisan berita adalah penggunaan sumber yang dapat dipercaya. Mentor mengingatkan praktikan untuk selalu mencantumkan sumber informasi yang akurat, agar berita yang disampaikan tidak hanya informatif tetapi juga dapat dipercaya. Setelah revisi selesai, praktikan mengirimkan draf yang telah diperbaiki kembali kepada mentor untuk peninjauan akhir. Jika semua aspek sudah diperbaiki

dan sesuai dengan standar, berita tersebut siap dipublikasikan di website Kemenag RI.

Di awal proses pengerjaan, praktikan diberikan instruksi tentang cara mengunggah berita ke dalam website dengan menggunakan alat bantu atau sistem yang ada di Kemenag RI, agar berita tersebut dapat terunggah sesuai jadwal yang ditentukan. Sesuai dengan konsep jurnalisme online, proses unggah berita ini termasuk dalam kategori Mainstream News Site. Website Kemenag adalah platform yang secara berkala akan digunakan untuk memposting berita secara profesional. Dengan demikian, praktikan menunjukkan kemampuan dalam menghasilkan produk jurnalistik yang sesuai konsep, yaitu penulisan berita. Namun, dalam pelaksanaan penulisan berita di Kementerian Agama, tidak semua draft berita yang praktikan buat dipublikasi karena masih harus melalui proses screening oleh editor.

Pada pelaksanaan ini, praktikan tidak terlalu dilibatkan pada proses mempublikasikan ke laman website Kemenag RI. Namun, praktikan diberikan gambaran bagaimana berita di proses hingga ter-publikasi.

b. Media sosial @kemenag_ri

Selain menulis berita, praktikan juga memiliki pekerjaan dalam memproduksi konten. Pada tahapan pembuatan konten ini, praktikan melewati 2 tahap yakni Penggagasan dan Pembuatan Konten. Pada tahap penggagasan, praktikan ditugaskan untuk mencari ide bagaimana konten akan dikemas. Praktikan mencari melalui referensi yang ada di Instagram maupun internet lainnya. Setelah menentukan ide konten, praktikan akan mengajukan atau menyampaikan ide konten tersebut kepada mentor. Setelah mendapatkan persetujuan, praktikan akan lanjut ke dalam tahap berikutnya yakni Pembuatan. Dalam tahap pembuatan konten, praktikan menyusun materi berdasarkan ide yang telah ditetapkan. Pada tahap ini, praktikan memastikan kualitas, relevansi, dan keaslian konten. Praktikan mengembangkan konten sesuai dengan template atau standar yang telah ada di media sosial Kemenag. Pembuatan konten dilakukan dengan bantuan aplikasi Capcut untuk proses pengeditan dan menggunakan aplikasi Slides untuk membuat konsep serta script. Setelah selesai

mengedit, konten tersebut diserahkan kepada mentor untuk ditinjau dan disetujui sebelum dipublikasikan.

Mengacu pada konsep jurnalisme online, pengemasan konten yang lebih kreatif, singkat namun tetap jelas dan menarik menjadi prioritas utama dalam produksi konten. Dalam hal ini, praktikan bersama tim produksi turut berpikir dan berupaya agar eksekusi konten sesuai dengan konsep dan dapat tersampaikan dengan efektif kepada publik. Dalam tiga produksi konten di mana praktikan bertugas sebagai penulis naskah, konsep yang diusung mengacu pada prinsip jurnalisme online yang telah dijelaskan sebelumnya. Konten dikemas ringkas dan mudah dipahami oleh publik. Begitu juga saat proses syuting berlangsung, praktikan menerapkan konsep *Brevity* (Keringkasan) dan *Interactivity* (Interaksi). Praktikan menyusun konten sesingkat mungkin agar dapat lebih efisien diterima publik tanpa mengurangi esensi dari pesan yang disampaikan. Selain itu, praktikan menambahkan elemen Interaksi, yang terlihat dalam narasi konten untuk mendorong publik agar berinteraksi melalui like, komentar, atau membagikan konten di Instagram Kemenag. Dalam proses produksi ini, praktikan terlibat sampai tahap produksi dan editing. Setelah selesai, draft konten akan diserahkan kepada mentor untuk ditinjau, dan jika sudah memenuhi kriteria, akan langsung dipublikasikan oleh tim media sosial.

Dalam proses pembuatan publisitas pada media yang dimiliki oleh Kemenag RI, praktisi humas akan mengerjakan beberapa tahapan dalam pra produksi dan produksi, yakni:

- 1) Content Planning

Sebelum masuk ke tahap produksi konten media sosial, praktikan terlebih dahulu diberi tugas oleh pembimbing kerja untuk merancang strategi konten menggunakan Google Spreadsheets. Sesuai arahan, praktikan diharapkan dapat menyusun konten untuk satu bulan ke depan, dengan target satu postingan berupa reels.

- 2) Research

Pada tahap ini, praktikan melakukan riset melalui liputan media. Sebagian besar, praktikan sering melaksanakan peliputan secara langsung. Dari liputan tersebut, praktikan dapat menghasilkan bahan materi yang akan digunakan sebagai berita Kementerian Agama

Republik Indonesia. Mulai dari bulan Juli 2024, praktikan mendapatkan tugas untuk meliput acara, contoh acara yang praktikan liput adalah : Pelantikan Pejabat Kemenag, Orasi Ilmiah Grand Syekh Al Azhar, Peran Al-Azhar dan Muhammadiyah dalam Penyebaran Wasatiyah Islam, Dharma Wanita Persatuan Memperingati Tahun Baru Islam, Rapat Pimpinan, Konferensi Sukses Haji 2024, Dharma Wanita Persatuan, Grand Final Kompetisi Pidato Nasional 2024, acara Gebyar Kemerdekaan Dharma Wanita Persatuan Kemenag RI, Rapat Kemenpanrb dengan Kemenag. Dalam melakukan proses kerja ini, praktikan diharuskan untuk melakukan transkrip pembicaraan dari keseluruhan acara. Kemudian, hasil transkrip acara diserahkan kepada mentor satu jam setelah acara selesai, hal ini dikarenakan agar secara cepat membuat rilis untuk memberikan informasi ter update kepada publik.

3) Menulis dan Mengedit

Pelaksanaan tugas menulis dan mengedit yang dilakukan oleh praktikan diterapkan dalam berbagai bentuk, terutama dalam pembuatan transkrip acara. Proses ini melibatkan penulisan ulang percakapan atau pernyataan dari sebuah acara atau wawancara secara tertulis, dengan tujuan untuk mendapatkan hasil yang jelas, akurat, dan mudah dipahami oleh pembaca. Transkrip ini kemudian diproses lebih lanjut untuk digunakan sebagai bahan siaran di laman resmi Kementerian Agama RI. Dengan demikian, proses ini menjadi bagian penting dalam penyebaran informasi yang valid dan terpercaya, yang dapat diakses oleh publik secara luas melalui media digital resmi Kemenag.

Selain itu, tugas menulis dan mengedit juga diterapkan dalam kegiatan penulisan untuk pembuatan konten media sosial. Di era digital ini, media sosial menjadi salah satu sarana yang efektif untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat dengan cepat dan efisien. Konten yang disampaikan harus disesuaikan dengan karakteristik media sosial yang cenderung ringkas dan menarik, serta mampu menarik perhatian audiens dalam waktu singkat. Oleh karena itu, selain kemampuan menulis yang baik, kemampuan mengedit sangat dibutuhkan untuk

memastikan bahwa konten yang dipublikasikan memiliki kualitas yang tinggi, baik dari segi tata bahasa, struktur, maupun kesesuaian dengan audiens media sosial. Proses penulisan dan pengeditan yang dilakukan dalam pembuatan konten media sosial tidak hanya berkaitan dengan penulisan teks saja, tetapi juga sering melibatkan penyesuaian terhadap format visual, seperti pemilihan gambar, warna, dan tata letak. Hal ini dilakukan agar konten menjadi lebih menarik dan mudah dipahami oleh pengguna media sosial, yang memiliki kecenderungan untuk lebih menyukai konten visual. Praktikan juga dituntut untuk mampu menyampaikan informasi dengan jelas dalam format yang ringkas dan padat, mengingat keterbatasan ruang di media sosial seperti Instagram yang memiliki karakter yang terbatas.

Kemampuan menulis dan mengedit yang diterapkan dalam transkrip acara maupun pembuatan konten media sosial tidak hanya melatih praktikan dalam hal keakuratan informasi, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang cara menyampaikan pesan secara efektif kepada berbagai audiens. Praktikan belajar untuk menyesuaikan gaya bahasa sesuai dengan medium yang digunakan, misalnya bahasa yang lebih formal dan struktural untuk laman resmi, serta bahasa yang lebih santai dan langsung untuk media sosial.

Pengalaman ini sangat penting bagi praktikan dalam mengembangkan keterampilan komunikasi tertulis yang baik, yang tidak hanya berguna dalam dunia komunikasi dan media. Pengalaman ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana sebuah pesan disampaikan dengan cara yang tepat, efektif, dan dapat dipahami oleh audiens yang beragam. Dengan begitu, praktikan dapat menjadi lebih kompeten dalam menghasilkan karya tulis berkualitas yang tidak hanya memenuhi standar internal organisasi tetapi juga menarik perhatian dan kepercayaan publik.

3.2.2 Pekerjaan Tambahan

Adapula pekerjaan tambahan yang praktikan kerjakan selama melaksanakan kegiatan Kerja Profesi pada Biro Humas Kementerian Agama Republik Indonesia diantaranya:

1. Content Library

Di era digital, kebutuhan akan content library menjadi semakin penting. Setiap organisasi atau perusahaan yang ingin berkomunikasi secara efektif dengan audiens membutuhkan akses yang cepat dan mudah ke berbagai materi yang diperlukan. Agar content library dapat berfungsi secara optimal, ada beberapa fitur penting yang umumnya tersedia di dalamnya, antara lain:

- Fitur *tagging* dan kategorisasi ini memungkinkan setiap konten diberi label atau tag yang relevan, seperti kategori, tema, atau proyek. Dengan adanya tag ini, pengguna dapat menemukan konten dengan lebih cepat.
- Fitur *version control* ini memantau setiap perubahan atau revisi pada konten. Hal ini sangat berguna untuk menghindari penggunaan versi konten yang salah atau tidak diperbarui.
- Content library yang baik menyediakan pengaturan hak akses yang dapat disesuaikan berdasarkan peran anggota tim, sehingga hanya pihak tertentu yang dapat melakukan perubahan atau mengunggah konten.
- Banyak content library yang terintegrasi dengan platform lain seperti media sosial, email, dan sistem manajemen konten (CMS). Integrasi ini memungkinkan pengguna untuk langsung mengunggah atau mengirim konten ke platform yang relevan tanpa perlu memindahkannya secara manual.
- Content library yang efektif biasanya dilengkapi dengan fitur pencarian yang memungkinkan pengguna menemukan konten dengan menggunakan kata kunci atau filter tertentu.

| NO | Judul Konten | Jenis | Link Konten | Link Instagram | Program | bulan tayang |
|----|---|--------|-------------|---|-------------------------------|--------------|
| 2 | bersejarah - Dukuh Mubalawati Dadi Ijoi untuk Orang yang Masih Hilang | Grafis | | https://www.instagram.com/p/C8T7 | Beritas Islam | April |
| 3 | Selamat dan Sukses Kepada Ketua Umum FDU KH Yuhya Cholil Staouf | Grafis | | https://www.instagram.com/p/C838 | Greentree | April |
| 4 | Selamat Mengucapkan Hari Pawai Nasional | Grafis | | https://www.instagram.com/p/C83C | Pertengahan Hari Besar Nas... | April |
| 5 | Live - Launching Semar Haji & Pelangan Dak-Haj Indonesia 1445 H/2024 M | Live | | https://www.instagram.com/p/C83E | Haji | April |
| 6 | bersejarah - 'Haji Karti Nekat Ligit?' itu Caranya! | Grafis | | https://www.instagram.com/p/C83G | Beritas Islam | April |
| 7 | F Kuran - Melay dan Maglo Masyekh (Buku Rangkai Seri dan Ma'lu Aiy | Grafis | | https://www.instagram.com/p/C83H | Pendidikan Islam | April |
| 8 | hasil Indonesia - Buku Baru di Seratus Hari | Video | | https://www.instagram.com/p/C83I | BPJPH Hasil | April |
| 9 | Kejutan Dak - Di Masyekh Soudito | Grafis | | https://www.instagram.com/p/C83J | Gedings | April |
| 10 | informasi haji - Proses Perizinan Jemaah Haji Reguler | Video | | https://www.instagram.com/p/C83K | Haji | April |
| 11 | Program Bantuan Kesehatan dan Pendidikan Keagamaan Islam 2023 USRUKA | Video | | https://www.instagram.com/p/C83L | Pendidikan Islam | April |
| 12 | Hari ke 1706 FPRK Ditilik | Video | | https://www.instagram.com/p/C83M | CFNS | April |
| 13 | Selamat Hari Bumi 22 April 2024 | Grafis | | https://www.instagram.com/p/C83N | 'Nepotan Hari Besar Nas... | April |
| 14 | Selamat Mengucapkan Hari Khatulistiwa 21 April 2024 | Grafis | | https://www.instagram.com/p/C83O | Pertengahan Hari Besar Nas... | April |
| 15 | Pelatihan Online Dua Konflik Sosial Keagamaan | Grafis | | https://www.instagram.com/p/C83P | Modernisasi Beragama | April |
| 16 | bersejarah - 'Mau Nekat?' itu Prosedurnya | Grafis | | https://www.instagram.com/p/C83Q | Beritas Islam | April |
| 17 | perkembangan - Program Bantuan Pesantren & Pendidikan Keagamaan Islam 1 | Grafis | | https://www.instagram.com/p/C83R | Pendidikan Islam | April |
| 18 | hasil Indonesia - 'Berapa Banyak Label Haji di Ujung Khatulistiwa?' | Video | | https://www.instagram.com/p/C83S | BPJPH Hasil | April |
| 19 | F Kuran - Stafus Melay Arjawan Ujain Komeng Dukang Program Pribasi Primer | Grafis | | https://www.instagram.com/p/C83T | BPJPH Hasil | April |
| 20 | Sepakan Gusman - 'Pekan Kedua Bulan April 2024 | Video | | https://www.instagram.com/p/C83U | Sepakan Gusman | April |
| 21 | Uluwatu Pendidikan Islam PPKM 2024 | Grafis | | https://www.instagram.com/p/C83V | Pendidikan Islam | April |
| 22 | Selamat dan Sukses 84 Hariah PMI | Grafis | | https://www.instagram.com/p/C83W | Gedings | April |
| 23 | Kebijakan Satu Tahun Visa Umrah tahun 2024 | Grafis | | https://www.instagram.com/p/C83X | Gedings | April |

Gambar 3.1 Content Library
Sumber: Dokumentasi Internal Praktikan

Dalam proses kerja ini, praktikan melakukan update database bank konten Kementerian Agama Republik Indonesia, khususnya pada akun Instagram resmi @kemenag_ri untuk periode Januari hingga September 2024. Proses ini melibatkan tahapan yang cukup detail, mulai dari mengumpulkan, menganalisis, hingga memutakhirkan data terkait konten yang sudah ditayangkan. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa database konten selalu up-to-date dan dapat dijadikan acuan dalam merencanakan konten-konten mendatang.

Langkah pertama yang dilakukan praktikan adalah mengumpulkan data postingan dari akun Instagram @kemenag_ri. Dalam tahap ini, praktikan perlu mengakses dan mencatat berbagai informasi terkait setiap postingan, seperti tanggal publikasi, jenis konten (foto, video, carousel), topik atau tema yang diangkat, jumlah likes, serta jumlah komentar yang diterima. Proses ini penting karena berbagai jenis data ini nantinya akan membantu praktikan dalam melakukan analisis mendalam mengenai performa dan pola konten yang ditayangkan oleh Kementerian Agama di media sosial.

Setelah data terkumpul, tahap berikutnya adalah menganalisis konten-konten tersebut untuk memahami lebih dalam bagaimana konten-konten yang telah tayang selama periode Januari hingga September 2024 tersebut berkinerja di akun Instagram Kementerian Agama. Dalam analisis ini, praktikan mengamati konten mana saja yang mendapatkan respons tinggi dari audiens, baik dalam bentuk jumlah like maupun komentar. Selain itu, praktikan juga memperhatikan jenis konten yang lebih sering diunggah serta topik-topik apa saja yang mendapat respons positif dari masyarakat. Analisis ini juga mencakup evaluasi terhadap elemen visual dan teks yang digunakan pada setiap postingan, seperti pemilihan gambar, desain grafis, serta gaya bahasa yang disesuaikan dengan target audiens Kementerian Agama.

Melalui analisis ini, praktikan dapat mengidentifikasi pola tertentu dalam konten yang diunggah oleh akun @kemenag_ri, misalnya topik-topik yang lebih diminati audiens atau format konten yang lebih banyak mendapatkan interaksi. Informasi ini sangat berharga untuk pengembangan strategi konten ke depannya, terutama dalam merancang konten yang lebih relevan dan engaging bagi pengikut akun Instagram Kementerian Agama.

Setelah proses analisis selesai, praktikan melakukan tahap terakhir, yaitu memperbarui bank konten atau database dengan data yang baru saja diperoleh. Data ini diinput secara sistematis agar mudah diakses dan dimanfaatkan di masa mendatang. Bank konten ini berfungsi sebagai arsip digital yang mencatat semua aktivitas unggahan di media sosial, yang nantinya akan sangat membantu tim media Kementerian Agama dalam merencanakan dan mengelola konten di masa yang akan datang. Praktikan memastikan bahwa semua data yang dimasukkan dalam bank konten telah diurutkan berdasarkan periode waktu dan disusun dalam format yang mudah untuk diakses dan dianalisis lebih lanjut.

Pembaruan bank konten ini memiliki beberapa manfaat jangka panjang, baik untuk tim internal Kementerian Agama maupun untuk pengembangan strategi media sosial mereka. Kementerian Agama melihat tren dan pola interaksi dari audiens mereka sehingga dapat menentukan langkah-langkah yang lebih efektif dalam meningkatkan engagement dan jangkauan konten. Selain itu, informasi ini juga berguna untuk menghindari pengulangan konten yang sama sehingga akun @kemenag_ri selalu menawarkan variasi informasi yang segar dan relevan untuk audiensnya. Proses kerja ini memberikan pengalaman yang berharga bagi praktikan dalam memahami seluk-beluk manajemen konten di media sosial, khususnya dalam konteks institusi pemerintah. Praktikan dapat merasakan langsung pentingnya pemeliharaan database konten yang akurat dan terorganisir sebagai dasar bagi penyusunan strategi komunikasi yang lebih efektif di masa mendatang. Pembaruan ini juga memastikan bahwa Kementerian Agama tetap relevan dan responsif terhadap kebutuhan informasi publik yang terus berkembang.

2. **Media Monitoring**

Selama menjalani kerja profesi di Kemenag RI, praktikan juga melakukan media monitoring yang termasuk dalam jenis *media clipping*. Praktikan memantau siaran pers yang telah dipublikasikan oleh Kemenag RI.

Kemenag RI memiliki situs web resmi yang menyediakan berbagai informasi terkait Kementerian Agama, seperti berita, layanan, mimbar agama, unit kerja, kolom, pojok Gusmen, profil, dan galeri. Bagian ini memuat berbagai informasi, termasuk aktivitas Menteri Agama RI dalam

Setelah selesai, praktikan akan memeriksa kembali dan melihat masukan (tone) dari artikel yang dirilis oleh media-media daring tersebut untuk menentukan apakah artikel yang diangkat dibingkai secara negatif atau positif dalam mengadaptasi pemberitaan dari siaran pers Kemenag RI.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Selama menjalani kegiatan Kerja Profesi, praktikan dihadapkan pada berbagai tantangan dalam menyelesaikan tugas yang diberikan. Tantangan ini menjadi kendala yang harus praktikan selesaikan. Kendala ini tidak hanya memberikan kesempatan bagi praktikan untuk belajar cara menenali dan mentasai masalah nyata di dunia kerja, akan tetapi juga menjadi pengalaman berharga dalam kehidupan pribadi. Berikut adalah beberapa kendala yang dihadapi praktikan selama menjalani kerja profesi di Kemenag RI:

1. Praktikan mengalami kesulitan dalam pemilihan kosakata ketika membuat berita.
2. Praktikan mengalami kesulitan dan kendala dalam mencari maupun mempersiapkan referensi materi unyuk dijadikan konten media sosial @kemenag_ri.
3. Praktikan tidak dapat merealisasikan beberapa naskah konten yang sudah dibuat karena terkendala dengan *talent* dalam video.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Dalam dunia pekerjaan, setiap individu pasti akan menghadapi berbagai kendala. Namun, yang terpenting adalah bagaimana cara menyikapi dan mengatasi kendala tersebut dengan sikap terbuka, kemampuan untuk menemukan solusi, serta kreativitas dalam menyelesaikan setiap permasalahan yang muncul. Berikut adalah cara praktikan dalam mencari jalan keluar dari kendala yang dihadapi :

1. Praktikan selalu berusaha untuk berlatih menulis secara rutin serta memanfaatkan KBBI sebagai rujukan ketika terkendala dalam menentukan kosakata..
2. Praktikan mendapat arahan untuk selalu melakukan diskusi dengan mas hilman, mba sarah. Sehingga, praktikan diberikan saran untuk mengambil referensi dari website kemenag dan Instagram unit kemenag lainnya.

3. Praktikan sudah berusaha semaksimal mungkin untuk mengatur kembali rencana produksi konten video yang membutuhkan *talent* agar diganti dengan format lain.

