

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA PROFESI**

#### **3.1 Bidang Kerja**

Selama masa pelaksanaan Kerja Profesi (KP) berlangsung, Praktikan menggeluti bidang pekerjaan media relations. Aktivitas *media relations* merupakan sebuah upaya untuk membina hubungan baik antara PR organisasi dengan media atau pers. Kegiatan media relations ditujukan untuk memperoleh publikasi yang maksimal dalam menjembatani komunikasi antara lembaga dengan publik luas (Sumantri, 2016).

Sejalan dengan konsep dalam materi Strategi dan Taktik Hubungan Masyarakat, dalam mengemban pekerjaan hubungan masyarakat, terdapat strategi komunikasi yang dapat diterapkan dalam rangka membangun komunikasi strategis kepada publik, di antaranya adalah strategi proaktif dan strategi reaktif (Smith, 2017).

Berangkat dari pengertian tersebut, sebuah organisasi harus memberdayakan seorang praktisi *media relations* yang mampu menjalin relasi yang baik dan bermanfaat dengan media untuk memperoleh publisitas yang positif, sebagaimana pengertian humas adalah fungsi manajemen dalam menjalin dan memupuk hubungan baik dan bermanfaat dengan *stakeholder* yang dijelaskan oleh Cutlip (2016) dalam materi pengantar humas. Penjelasan tersebut mendasari bidang kerja yang digeluti oleh Praktikan yakni befokus pada membangun hubungan yang baik dengan media yang menjadi *stakeholder* untuk menjembatani komunikasi dengan publik. Pada kesempatan Kerja Profesi (KP), Praktikan ditugaskan membantu aktivitas *media relations* dalam divisi media dan konten anggota legislatif komisi IX DPR RI. Terdapat sejumlah kegiatan yang dilakukan oleh praktikan selama program Kerja Profesi (KP) bergulir.

##### **3.1.1 Media Relations**

*Media relations* merupakan bagian dari ruang lingkup kegiatan humas yang terdapat di DPR RI. Praktik media relations di DPR RI berfokus pada publisitas yang disajikan dalam pemberitaan di media. Pada hakikatnya, media dan DPR memiliki kebutuhan yang mutualis. Media membutuhkan berita berupa tanggapan

maupun kegiatan dari anggota DPR RI, sementara DPR juga memerlukan media sebagai saluran komunikasi kepada publiknya. Media juga memegang peranan penting khususnya dalam membangun citra dan memperoleh kepercayaan dari publik (Ardianto, 2014). Oleh karena itu, media relations harus berjalan secara konsisten agar dapat menunjang kebutuhan tersebut.

Salah satu bentuk implementasi *media relations* di DPR RI adalah mengelola hubungan dengan media massa dengan tujuan membentuk personal branding. Menurut Annisa, Elva, Sarmiati (2018), *personal branding* adalah suatu proses memasarkan diri dan pesan melalui citra yang terbentuk di kacamata publik. *Personal branding* juga dimaknai dengan suatu usaha yang dapat mengontrol persepsi atau opini orang lain terhadap seseorang sesuai kehendak sebuah organisasi. Kertajaya dkk dalam Sarmiati (2018) berpendapat fokus dalam branding tidak hanya semata-mata menjelaskan keunggulan produk agar diminati oleh publik luas, melainkan setiap orang atau lembaga dapat turut memposisikan dirinya sebagai brand yang ingin memperoleh atensi dan kesan positif.

Sebagaimana penjelasan di atas, personal branding yang dibangun dari kegiatan media relations memiliki delapan konsep pembentukan menurut Montoya dalam Haroen (2014), di antaranya:

1. *The Law of Specialization*  
Konsep pertama dari pembentukan *personal branding* adalah spesialisasi yang terkonsentrasi pada sebuah keahlian, kekuatan, dan juga pencapaian.
2. *The Law of Leadership*  
Poin kedua dari konsep *personal branding* adalah lahirnya figur pemimpin yang dapat memecahkan masalah serta mengambil keputusan secara bijak dalam kondisi genting.
3. *The Law of Personality*  
Keberhasilan *personal branding* dipengaruhi oleh sosok kepribadian yang nyata dan tidak sempurna.
4. *The Law of Distinctiveness*  
Efektivitas *personal branding* ditentukan dari cara pengemasan dan penyampaian yang unik dan berbeda.
5. *The Law of Visibility*

*Upaya impresi yang ingin dibangun* harus dilakukan secara konsisten sampai *branding* yang diinginkan tercapai

6. *The Law of Unity*

Dibalik *personal branding* yang sukses, ada personil yang harus mampu menjaga etika dan moral yang melekat dari *brand* tersebut. Hal tersebut dikarenakan dalam *personal branding*, kepribadian dan gaya hidup menjadi cerminan citra yang ingin dibangun

7. *The Law of Persistence*

*Personal branding* merupakan proses yang tidak instan. Upaya *personal branding* memerlukan waktu dan keteguhan agar dapat berjalan dengan sukses. Saat masa proses *personal branding* dibentuk, seorang praktisi PR harus mengamati *trend* dan perkembangan yang hadir di era digitalisasi.

8. *The Law of Goodwill*

*Personal branding* akan membuahkan *output* yang baik dan bertahan lama apabila instrumen pendukung yang hadir memiliki nilai dan pandangan yang positif. Dalam hal ini, seseorang harus diasosiasikan dengan gagasan atau ide positif dan bermanfaat oleh khalayak umum.

Sejalan dengan konsep di atas, dengan demikian seorang praktisi *media relations* di DPR RI bertanggung-jawab atas segala kegiatan yang mendukung jalannya *media relations* seperti penyiapan *press release*, distribusi rilis, serta menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh wartawan demi memperoleh peningkatan *personal branding* yang positif di media massa. Di samping itu, bidang kerja *media relations* memiliki fungsi manajemen dalam mengelola komunikasi antar lembaga dan juga media, di mana seorang humas harus dapat merumuskan pendekatan yang sesuai dengan karakter media agar tercipta hubungan timbal balik yang bermanfaat.

Peran humas dalam rangka mengemban tugas media relations tidak terlepas dari strategi-strategi yang harus terumuskan secara substantif. Dijelaskan dalam buku *Strategic Planning for Public Relations* menurut Smith (2017) jenis strategi dalam implementasi hubungan masyarakat sendiri terbagi menjadi dua, yakni strategi proaktif dan reaktif. Sejalan dengan praktik yang dilakukan, Dalam berbagai kesempatan, praktikan ditugaskan untuk merumuskan strategi reaktif yang harus diluncurkan untuk menjawab dan menanggapi segala permasalahan yang sedang menghegemoni. Tanggapan tersebutlah yang nantinya diterbitkan dalam bentuk rilis dan disebar kepada wartawan media massa.

Konsep strategi reaktif dan proaktif yang diimplementasikan pada anggota DPR RI memiliki keterkaitan dengan hak yang melekat dalam diri setiap anggota legislatif. Dalam UU No. 17 Tahun 2014 pasal 79 menyatakan bahwa DPR mempunyai tiga hak yang terdiri dari hak interpelasi, hak angket, dan hak menyatakan pendapat (dpr, 2022). Dengan demikian, rilis yang berisi tanggapan atau pendapat anggota DPR RI merupakan wujud dari salah satu hak yang dibekali, yaitu hak menyatakan pendapat.

Adanya hak menyatakan pendapat yang harus disampaikan oleh anggota DPR melatarbelakangi hadirnya aktivitas *spokeperson* yang juga telah didapatkan praktikan dalam materi fungsi hubungan masyarakat pada mata kuliah pengantar hubungan masyarakat. Praktikan dibimbing menulis statement yang mewakili pandangan anggota DPR RI melalui proses riset dan analisis. Hal tersebut dilakukan agar kinerja anggota DPR RI dapat tersampaikan dengan baik kepada publik melalui saluran media massa.

Seorang humas juga mempunyai tugas membantu media dalam melengkapi pemberitaan yang akan tayang di media. Umumnya, wartawan akan menghubungi humas untuk mempertanyakan hasil dan kelanjutan isu yang dibahas pada rapat tertutup. Dalam situasi rapat tertutup, media tidak diperkenankan hadir. Oleh karena itu, humas mempunyai peran untuk menjawab dan menjelaskan informasi yang dibutuhkan oleh media.

#### **3.1.1.1 Media Event Handling**

*Media event handling* adalah bagian dari pekerjaan seorang praktisi *public relations*. Konteks *media event handling* atau yang dikenal dengan *PR Event*

merupakan acara khusus yang diselenggarakan oleh divisi media dan konten dengan melibatkan media sebagai corong yang mengkomunikasikan program kerja yang tengah direalisasikan (Indonesia PR, 2020). Penjelasan tersebut selaras dengan pengertian *special event* yang merupakan sebuah acara yang digelar dengan tujuan memperoleh atensi dari media, publik, maupun *stakeholder* terkait (Rhamaditya, 2012). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui acara yang diselenggarakan oleh seorang anggota legislatif tersebut membutuhkan peliputan dari media agar memperoleh atensi dari publik.

Pada praktik media event handling, terdapat beberapa tahapan dan konsep yang perlu diperhatikan dalam merencanakan PR Event yang dikutip dari Indonesia PR (2022):

1. Penetapan Tujuan Acara

Pada perencanaan PR event, praktisi humas haru lebih dulu melakukan pengkategorisasian media. Hal tersebut dilakukan untuk memudahkan persiapan materi komunikasi, jenis peliputan, khalayak yang disasar, skala acara serta karakteristik pesan yang ingin disampaikan. Setelah pemetaan media tersebut selesai, praktisi *media relations* akan memulai menghubungi pihak media yang telah masuk ke dalam daftar undangan.

2. Undangan Media

Seorang PR bertugas untuk membangun publisitas, sehingga kehadiran media memegang peranan penting dalam rangka perolehan publisitas. Penyebaran undangan kepada media merupakan bagian dari tugas seorang *public relations* dalam pelaksanaan *special events*.

3. Materi Promosi

Dalam tahapan ini, terdapat materi komunikasi yang akan diserahkan oleh media sebagai bahan untuk mempromosikan acara. Materi promosi dapat dipublikasi di media sosial ataupun media massa.

4. *Follow-Up* Undangan Media

Tahap *follow-up* undangan media merupakan bagian dari identifikasi dalam mengundang media. Pada tahapan *follow-up* undangan media, praktisi *media relations* menghubungi kembali pihak media untuk menanyakan konfirmasi kehadiran. Tahapan *follow up* undangan

media juga dilakukan agar pihak media dapat menghimpun liputan acara dalam board perencanaan berita yang akan disiarkan ataupun ditayangkan.

5. Berita Acara PR

Praktisi hubungan masyarakat perlu mempromosikan acara melalui media sosial seperti Instagram, Twitter, Youtube dan sebagainya.

6. Kehadiran Media

Saat acara berlangsung, praktisi media relations bertanggung jawab (in charge) untuk memastikan pihak media yang akan hadir meliput. Di hari berlangsungnya acara, praktisi media relations secara intens berkoordinasi dengan pihak media yang hadir untuk pro-aktif menanggapi pesan yang berkaitan dengan dengan titik lokasi acara, pemberitahuan telah sampai di lokasi, serta kendala yang sekiranya di alami. Praktisi media relations juga berkoordinasi dengan pihak penyelenggara acara agar memberikan alokasi waktu untuk media yang ingin mewawancarai tokoh.

7. *Media Kit*

Setelah peliputan acara telah dilakukan, praktikan memberikan paket media kit yang telah dipersiapkan sebelumnya. Media kit tersebut berisikan souvenir berupa buku anggota legislatif komisi IX dan sejumlah merchandise lainnya. Persiapan media kit yang meliputi elemen-elemen tersebut sejalan dengan jenis media kit yang pernah dipelajari dalam mata kuliah produksi media humas, di mana seorang humas mempersiapkan media kit yang berisikan press release, factsheet, newsletter, biografi, dan sebagainya.

Pada mata kuliah manajemen acara, Praktikan juga memperoleh pengetahuan terkait pembuatan press release yang menjadi sarana informasi organisasi kepada publiknya. Hal ini selaras dengan pandangan M Fikri Akbar, dkk dalam buku Public Relations (2021) yang menyatakan kegunaan press release sebagai sarana informasi yang disusun oleh sebuah lembaga secara online maupun offline untuk dapat menciptakan pemahaman kepada publiknya. juga akan mempersiapkan sejumlah dokumentasi foto acara untuk mendukung isi pesan dalam pemberitaan

yang akan disajikan oleh media. Adanya kesinambungan foto dan pesan dapat melengkapi isi press release agar informasi acara dapat tersampaikan dengan benar sehingga informasi tersebut dapat membangun pemahaman yang baik kepada khalayak publik

Selain itu, tim humas juga sekaligus. Selain itu, *press release* juga menjadi materi yang dipelajari praktikan dalam perkuliahan penulisan hubungan masyarakat.

Sejumlah konsep bidang kerja di atas adalah bagian dari kegiatan *media relations* dalam divisi media dan konten anggota DPR RI Komisi IX pada aktivitas media *event handling* yang ditujukan untuk memperoleh atensi dan pemahaman dari publik melalui pemberitaan di media.

#### **3.1.1.2 Media Monitoring**

Pemantauan media atau yang umumnya dikenal dengan *media monitoring* adalah proses identifikasi berita melalui aktivitas mendengar, menelusuri, membaca, dan menonton konten editorial dari media dengan tujuan memperoleh analisis dan identifikasi yang relevan dengan topik atau isu tertentu (Indonesia PR, 2020). Dalam konteks bidang kerja media *monitoring* pada divisi media & konten di DPR RI, praktisi *media relations* melakukan proses media *monitoring* dengan cara membaca pemberitaan yang bergulir di media massa.

*Media monitoring* merupakan langkah awal yang dilakukan ketika anggota DPR akan meluncurkan sebuah rilis. Tanggapan yang dimuat dalam bentuk rilis harus memiliki analisis yang akuntabel dan konstruktif agar terhindar dari kesalahan. Oleh karena itu, kegiatan memonitor isu dalam pemberitaan harus dilakukan sebelum pembuatan rilis dimulai. Melansir dari Humas Indonesia, terdapat manfaat yang bisa diperoleh dari aktivitas pemantauan media. Manfaat media monitoring salah satunya ialah untuk memprediksi hal yang berpotensi terjadi di masa yang akan datang (Humas Indonesia, 2020).

Adapun output dari aktivitas *media monitoring* yang dilakukan oleh tim media dan konten anggota DPR RI Komisi IX adalah untuk merumuskan tanggapan terkait isu-isu sosial yang sedang disorot oleh media. Dari output tersebut, Praktikan dapat memperkirakan efek dan memetakan framing yang akan dituangkan dalam siaran pers.

Pembagian media monitoring sendiri terbagi menjadi tiga bagian di antaranya adalah *media clipping*, *media tracking*, dan *media content analysis* (Strategy Insight PR, 2020):

1. *Media Clipping*

Media Clipping merupakan aset dalam bentuk dokumentasi berupa iklan di media massa, naskah berita, atau artikel.

2. *Media Tracking*

Media tracking merupakan upaya untuk melacak jejak opini publik atas sebuah isu atau kejadian yang menjadi sorotan media massa.

3. *Media Content Analysis*

Proses analisis sebuah pemberitaan melalui aktivitas membaca, mendengar, menelusuri, menonton.

### **3.1.1.3 Media Reporting**

Penyusunan laporan adalah bagian dari pekerjaan yang dilakukan oleh praktisi media relations pada divisi media dan konten kehumasan anggota legislatif Komisi IX DPR RI. *Reporting* sendiri menurut Luther M. Gullick dalam bukunya yang berjudul *Papers on the Science of Administration* adalah bagian dari fungsi manajemen yang bertujuan untuk menyampaikan hasil keterangan mengenai segala hal dan tugas kepada individu atau kelompok yang menyandang pangkat atau hierarki lebih tinggi dalam struktur organisasi. Pada *media reporting* sendiri mencakup kegiatan membuat rekap segala bentuk publikasi pemberitaan yang telah diterbitkan untuk diserahkan kepada atasan. Pembuatan *media reporting* umumnya dilakukan setelah penyerahan rilis dan aktivitas peliputan yang berlangsung pada acara tertentu. Tim *media relations* akan mengumpulkan bukti tayang berita acara yang kemudian dihimpun dalam bentuk laporan.

### **3.1.2 Social Media Handling**

Pengelolaan media sosial merupakan salah satu ruang lingkup pekerjaan dalam divisi media dan konten keanggotaan Komisi IX DPR RI. Pengelolaan media sosial sendiri merupakan proses merancang, mengesekusi, menerbitkan, dan menganalisis konten yang akan di publikasi di media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Facebook dengan tujuan menjangkau audiens yang lebih luas (Warta



Ekonomi, 2021). Penjelasan tersebut selaras dengan tujuan pemanfaatan media sosial oleh anggota DPR RI sebagai sarana untuk menjangkau dan berinteraksi dengan audiens. Pengelolaan media sosial juga dilakukan dengan tujuan menginformasikan kegiatan harian dari anggota DPR RI Komisi IX.

Beberapa bidang kerja pengelolaan media sosial menurut penjelasan Hidayatullah dalam Marketing Craft (2020) yang juga menjadi acuan Praktikan dalam membuat konten media sosial, di antaranya:

1. Membuat Tujuan

Dalam perencanaan konten, Tim media sosial menentukan target yang ingin dicapai dari sebuah konten media sosial. Tujuan tersebut dapat berupa *awareness*, *acceptance*, ataupun *action*. Selanjutnya, untuk mengidentifikasi ide konten, riset dengan mengeksplor perkembangan *trend* dan isu yang sedang hangat diperbincangkan. Setelah itu, menyusun perencanaan konten berdasarkan hasil riset yang disesuaikan dengan waktu terbitnya sebuah konten.

2. Merancang Konten

Pada tahap pembuatan konten, tim yang bertanggungjawab akan merancang konten berdasarkan informasi yang diperoleh dari riset. Dalam perancangan konten, terdapat gaya atau format yang bisa diterapkan sesuai dengan gaya yang cocok dengan preferensi publik.

3. Memilih Saluran

Ketika sudah mengetahui tujuan, perencanaan, dan materi konten telah dibuat, maka selanjutnya adalah memilih saluran media yang tepat untuk mempublikasi konten tersebut sesuai dengan karakter media dan audiens yang disasar

4. Menganalisis Performa

Setelah publikasi konten dilakukan, kegiatan selanjutnya adalah menganalisis performa konten tersebut dengan cara mengulas efektivitasnya berdasarkan *engagement*, jumlah *view*, kenaikan followers, jumlah *share post*, dan sebagainya.

Beberapa kegiatan di atas merupakan tahapan dari aktivitas social media handling yang dapat ditempuh ketika akan meluncurkan sebuah konten.

### **3.2 Pelaksanaan Kerja**

Selama melangsungkan Kerja Profesi (KP) di Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI), Praktikan ditugaskan membantu divisi media dan konten dalam membina hubungan yang baik dengan media massa. Dalam pelaksanaan Kerja Profesi (KP), Praktikan dibimbing mengerjakan beragam kegiatan khususnya dalam pengelolaan aktivitas media relations. Praktik media relations di DPR RI merupakan sebuah usaha atau kiat menjalin hubungan dengan media dalam rangka memperoleh tujuan yang mutualis. Pada praktiknya, divisi media dan konten anggota DPR RI Komisi IX telah memiliki sejumlah jaringan media yang terdiri dari beberapa jenis, yaitu media cetak, elektronik, dan online.

#### **3.2.1 Media Relations**

Praktikan mengerjakan sejumlah aktivitas yang berkenaan dengan media relations di Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI). Praktikan menekuni sejumlah tugas utama pada kegiatan *media relations*, di antara yang paling intens dilakukan oleh Praktikan adalah *media event handling* dan penulisan *press release*. Dua tugas utama tersebut merupakan bagian dari ruang lingkup manajemen hubungan media massa yang menjadi bagian dari pengajaran selama masa Kerja Profesi (KP).

Pelaksanaan Kerja Profesi (KP) dilangsungkan setiap hari sejak hari Senin hingga Jumat pada pukul 10.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB. Pada hari Senin dan Rabu, Praktikan diinstruksikan untuk bekerja secara *Work From Office*. Namun, terdapat beberapa penambahan jam kerja pada Sabtu dan Minggu ketika Praktikan harus mengikuti acara yang diselenggarakan di luar kota. Selain itu, penambahan jam kerja juga terjadi pada hari Senin sampai dengan Jumat ketika tim dalam divisi media dan konten sedang dilibatkan untuk menyusun perencanaan media dalam sebuah program kerja yang akan direalisasikan.

Selama tiga bulan melaksanakan Kerja Profesi (KP), Praktikan diberikan ruang yang luas untuk mengeksplorasi pemahaman terkait praktik media relations. Wujud implementasi kegiatan media relations di DPR RI salah satunya adalah merumuskan komunikasi reaktif dalam menyikapi permasalahan sosial yang berhubungan dengan kebijakan publik. Dalam hal ini Praktikan dilatih untuk menumbuhkan rasa sensitivitas pada permasalahan sosial yang tengah menjadi

perhatian awak media. Perasaan sensitivitas tersebut dimaksudkan agar praktikan mampu menganalisa isu dan menemukan pesan argumentatif yang bisa dimuat pada rilis.



**Gambar 3. 1 Press Release Komisi IX**  
Sumber: TribunNews.com (2022)

Sebagai salah satu pekerjaan yang menjadi tugas utama Praktikan, pembuatan rilis di lingkungan humas anggota DPR RI Komisi IX memiliki sejumlah perbedaan dengan rilis korporasi atau organisasi pada umumnya. Penulisan rilis yang diproduksi oleh tim media relations berbentuk tanggapan anggota DPR dalam menyikapi persoalan dan isu-isu nasional. Dalam menulis rilis, praktikan melalui berbagai tahapan, di antaranya yaitu:

1. Pencarian Isu

Sebelum menulis sebuah rilis yang akan disebarakan kepada media, Praktikan melakukan pencarian isu terlebih dahulu. Dalam hal ini, Praktikan mencari daftar isu yang berkaitan dengan bidang-bidang yang dibawah oleh Komisi IX DPR RI, di antaranya adalah isu yang terkait dengan kesehatan, ketenagakerjaan, serta kependudukan. Proses pencarian isu dilakukan dengan menelusuri pemberitaan yang bergulir di media massa.

## 2. Riset

Dalam menanggapi isu-isu yang dibawah oleh Komisi IX DPR, Praktikan melakukan indepth research untuk memperoleh informasi yang detail dan spesifik terkait persoalan kesehatan, ketenagakerjaan, dan kependudukan yang ingin diangkat dalam rilis. Praktikan harus memastikan fakta dan data yang terpapar dalam sebuah pemberitaan adalah valid dan akurat.

## 3. Analisis Isu

Setelah proses pencarian dan riset, Praktikan melakukan analisis isu yang bisa menjadi bahan tanggapan untuk ditulis dalam rilis. Hasil analisis isu menjadi benchmark dalam proses penulisan rilis agar tepat sasaran. Hasil analisis isu juga menjadi tolak ukur tim dalam merumuskan induk persoalan yang bisa disampaikan dalam rilis.

## 4. Penulisan Rilis

Praktikan memulai menulis draft rilis ketika telah memperoleh kesimpulan dan analisis dari isu yang ditelaah. Struktur penulisan rilis sendiri terdiri dari judul, headline, paragraf pembuka yang menguraikan permasalahan, kutipan atau tanggapan, data riset yang ditemukan, konklusi, dan penutup. Setelah pengerjaan draft rilis tuntas, Praktikan akan menyerahkan kepada mentor untuk proses review dan editing. Kemudian selanjutnya editor release akan menyerahkan hasil suntingan rilis tersebut kepada kepala tenaga ahli. Apabila rilis telah disetujui, maka Praktikan dan tim media relations akan mendistribusikan rilis tersebut kepada media.

## 5. Distribusi Rilis

Praktikan menyebarkan rilis yang telah rampung ke jaringan media. Dalam tahapan ini, Praktikan ditugaskan mengirim rilis kepada media nasional dan lokal. Alur pendistribusian rilis pada media nasional adalah dengan menghubungi wartawan secara personal dan mengirimkan rilis yang telah rampung. Sementara itu, teknis pengiriman release kepada media lokal adalah dengan menyebarkan rilis ke group Whatsapp yang dianggotai oleh Praktikan sebagai perwakilan tim media relations anggota legislatif Komisi IX dan sejumlah jaringan wartawan media lokal.

## 6. Bukti Tayang Rilis

Praktikan bertugas untuk menghubungi kembali para wartawan untuk meminta bukti penayangan rilis yang telah dipublikasi di media. Selanjutnya, jika rilis tersebut telah terbit, maka wartawan akan menyerahkan bukti terbit rilis dengan menyerahkan link URL pemberitaan.

Beberapa tahapan di atas merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Praktikan dalam aktivitas penggarapan press release yang dibantu oleh tim media relations pada divisi media dan konten anggota legislatif Komisi IX DPR RI.

Kegiatan media relations di DPR RI lainnya adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh wartawan. Dalam pekerjaan ini, Praktikan ditugaskan untuk menanggapi pesan masuk dari wartawan yang menanyakan hasil rapat tertutup atau tanggapan terhadap sebuah isu tertentu.

#### **3.2.1.1 Media Event Handling**

Media event handling merupakan bagian dari pekerjaan utama yang dilaksanakan oleh Praktikan selama masa Kerja Profesi (KP) di Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI). Penyelenggaraan acara yang digagas oleh Komisi IX umumnya adalah bentuk realisasi kerja yang perlu dikomunikasikan kepada publik sehingga membutuhkan peran media di dalamnya.



**Gambar 3. 2 Tayangan Liputan Acara Gebyar Kemerdekaan**  
Sumber: TVRI (2022)

Pelaksanaan kerja pada *media event handling* berfokus pada kehadiran media yang melakukan peliputan pada momentum acara dan aktivitas wawancara narasumber. Pada pekerjaan ini, Praktikan bertanggung jawab atas sederet

tahapan dan teknis kelangsungan peliputan dalam acara Sosialisasi Undang-Undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual bersama mahasiswa pada tanggal 20 Juli 2022, Penyerahan Program Beasiswa Indonesia Pintar pada tanggal 20 Juli 2022, dan Gebyar Kemerdekaan Senam Nusantara pada tanggal 28 Agustus 2022 di Cirebon. Lebih lanjut, Praktikan juga mengundang media dalam acara Sosialisasi Gerakan Masyarakat Sehat pada tanggal 8 Agustus 2022, Peduli Sekolah pada tanggal 9 Agustus 2022, Kegiatan Vaksinasi pada tanggal 10 Agustus 2022 di Bandung.

Tahapan yang dilalui Praktikan dalam pelaksanaan kegiatan *media event handling* adalah:

1. Membuat *Media Plan*

Pada tahapan ini, Praktikan bertugas untuk merancang dan memetakan perencanaan media yang akan menjadi panduan dalam mengkoordinir aktivitas *media event handling*. Dalam perencanaan media, Praktikan membuat beberapa kolom yang diisi dengan nomor, hari, tanggal kegiatan, skala media, bentuk publikasi, dan keterangan. Praktikan melakukan kategorisasi media berdasarkan skala, karakter, dan jenis masing-masing media. Kategorisasi tersebut dilakukan untuk memudahkan penyelarasan antara konsep acara dengan karakter media yang cocok untuk menayangkan pemberitaan acara. Selain itu, Praktikan juga mempertimbangkan target khalayak yang disasar agar pesan yang ingin disampaikan dapat terkomunikasikan dengan baik. Pada *event* Gebyar Kemerdekaan Senam Nusantara yang diselenggarakan pada hari Minggu 28 Agustus 2022, Praktikan mengundang media lingkup nasional dan lokal. Pemilihan media lokal dan nasional disesuaikan dengan penamaan acara yang membawa kata Nusantara. Namun, jika acara diselenggarakan di daerah lingkup kota, maka media yang dipilih adalah media lokal.

2. Menyebarkan Undangan kepada Media

Praktikan bertugas membuat undangan liputan untuk disebarluaskan kepada jaringan media. Dalam pembuatan undangan, Praktikan menggunakan Canva sebagai tools untuk mendesain undangan

peliputan. Praktikan menyertakan sejumlah informasi dalam undangan yang terdiri dari waktu pelaksanaan, denah lokasi, dan flyer acara. Penentuan daftar undangan media sendiri berangkat dari perencanaan media yang telah dibuat. Selanjutnya, Praktikan mengirimkan undangan ke beberapa media yang ada dalam perencanaan media.

a. Cetak

Praktikan mengirimkan undangan liputan kepada sejumlah media cetak. Beberapa jaringan media cetak yang ada dalam daftar undangan adalah Pikiran Rakyat, Koran Radar (Jawa Pos), Harian Umum Fajar, dan Suara Cirebon.

b. Elektronik

Praktikan juga menyebarkan undangan kepada jaringan wartawan-wartawan media elektronik yaitu media televisi dan radio. Beberapa jaringan media elektronik yang menjadi sasaran undangan adalah RRI, Radio Dakta, Radio Megaswara, TVRI, dan INews TV.

c. Online

Dalam beberapa kesempatan, Praktikan mengontak jaringan wartawan dari media online untuk turut hadir meliput acara yang diselenggarakan. Beberapa jaringan media online yang ada dalam daftar undangan di antaranya adalah Detikcom, Tribun News, Inews.id, Radar Bandung, Ayo Bandung, Kabar Cirebon, RMOL Jabar.

Jumlah media yang paling banyak hadir ada pada acara Gebyar Kemerdekaan Senam Nusantara. Terdapat total tujuh media yang hadir dalam event Gebyar Kemerdekaan Senam Nusantara, di antaranya Detikcom, Inews.com, INews TV, RRI.co.id, Radio RRI, RMOL Jabar, TVRI.

Sedangkan pada acara Sosialisasi Undang-Undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual bersama mahasiswa pada tanggal 20 Juli 2022 dan Penyerahan Program Beasiswa Indonesia Pintar



pada tanggal 20 Juli 2022 di Cirebon media yang hadir adalah Inews Cirebon dan Harian Umum Fajar Cirebon.

Lebih lanjut, dalam rangkaian acara Sosialisasi Gerakan Masyarakat Sehat, Peduli Sekolah, dan Kegiatan Vaksinasi di Bandung pada tanggal 8, 9, 10 Agustus, sejumlah media yang hadir meliput adalah Tribun Jabar, Pikiran Rakyat, dan Ayobandung.com.

### 3. Materi Promosi

Praktikan membuat materi promosi yang dapat disebarluaskan oleh media melalui berbagai jenis saluran. Dalam satu kesempatan, praktikan mempersiapkan naskah *adlibs* radio dengan tata bahasa yang disesuaikan dengan karakteristik media. Pada suatu acara, praktikan mengirimkan naskah *adlibs* kepada radio lokal megaswara FM dan radio Dakta FM untuk disiarkan pada satu hari sebelum acara berlangsung.

### 4. *Follow-Up Undangan Media*

Pada Pelaksanaan follow up undangan media, Praktikan menghubungi kembali pihak media untuk menanyakan konfirmasi kehadiran. Dalam tahapan ini, Praktikan menghubungi setiap media yang telah menerima undangan liputan melalui Whatsapp. Selanjutnya, apabila media tersebut memberikan konfirmasi akan hadir dalam acara, Praktikan membuat list baru berisikan nama-nama media yang telah mengonfirmasi kehadiran. Praktikan juga menyampaikan daftar media yang hadir kepada pembimbing kerja. Adapun bagi media yang berhalangan hadir, praktikan diinstruksikan untuk mengirimkan rilis after event agar pemberitaan terkait acara tetap massif bergulir di media massa.



## 5. Membuat Briefing & Teknis Peliputan

### Briefing & Teknis Liputan Media

- Lokasi Acara: Stadion Ranggajati, Sumber, Kabupaten Cirebon
- Waktu: 07.00 WIB s.d selesai

Rundown Acara

Waktu	Kegiatan
07.00 – 07.25	Senam Kreasi
07.25 – 07.30	Pertunjukan Angklung PUI
07.30 – 08.00	<b>Pembukaan</b> - Pembacaan doa - Indonesia Raya - Mars Gema Keadilan - Sambutan pejabat teritorial - Sambutan Orasi Sehat oleh Ibu Netty - Pengirisan angklung
08.00 – 08.30	Senam Nusantara
08.30 – 09.30	Hiburan dan Doorprize - Kolab MC dan Dian Anic - Kolab Ibu Netty dan Dian Anic
09.30 – 10.00	Pengambilan doorprize, foto bersama dan penutupan
10.10-10.25	Doorstop wawancara oleh media

**Deskripsi Acara:**  
Acara Gebyar 77 tahun kemerdekaan Indonesia merupakan kegiatan perayaan kemerdekaan sekaligus ajang hiburan bagi warga Cirebon setelah dua tahun merayakan kemerdekaan dari rumah akibat pandemi. Deretan acara menarik lain yang turut meramaikan Gebyar 77 tahun kemerdekaan di antaranya ada senam nusantara, *check up* kesehatan gratis, donor darah, tebar *doorprize*, dan kesempatan makan siang bersama ibu Netty Aher. Untuk menambah keseruan acara, akan dimeriahkan pula dengan penampilan spesial dari penyanyi kondang Dian Anic. Sebagai informasi acara ini mendapat sambutan baik dari warga Cirebon. Hingga saat ini, pendaftaran telah mencapai lebih dari 2000 peserta. Di samping itu, Permintaan tiket melambung tinggi sampai di angka 5000. Meskipun dihadiri oleh ribuan orang, kegiatan ini tetap mematuhi protocol kesehatan yang berlaku.

**Rujukan Pertanyaan Wawancara:**

- Deskripsi acara
- Makna kemerdekaan bagi narasumber dengan hadirnya acara senam nusantara
- Tanggapan terkait antusiasme warga Cirebon dengan hadirnya acara Gebyar 77th kemerdekaan
- Kelompok senam mana saja yang sejauh ini mendapat penilaian baik
- Komentar terkait kelompok senam yang mendapat penilaian baik

**Note:** Pertanyaan bisa ditambahkan atau dikembangkan sesuai dengan kebutuhan media/wartawan.

Gambar 3. 3 Briefing Peliputan Media

Dalam pembuatan briefing dan teknis peliputan, Praktikan memaparkan informasi yang terdiri dari lokasi acara, waktu acara, rundown acara, deskripsi acara, jadwal doorstop wartawan dan acuan pertanyaan wawancara. Briefing dan teknis peliputan akan dikirimkan oleh Praktikan kepada pihak media yang diundang. Pekerjaan membuat briefing dilakukan oleh Praktikan setelah konsep dan susunan acara rampung. Setelah seluruh informasi termuat dalam briefing liputan, Praktikan menyerahkan briefing tersebut kepada pembimbing kerja untuk direview lebih lanjut. Jika menurut pembimbing kerja pembuatan briefing telah benar dan sesuai, maka Praktikan boleh mengirimkan lembaran briefing peliputan kepada media melalui Whatsapp.

## 6. Kehadiran Media

Ketika pelaksanaan acara berlangsung, Praktikan sebagai tim yang melakukan aktivitas media event handling mengakomodir segala kebutuhan yang diperlukan oleh media. Sebelum acara dimulai, Praktikan membuka kembali pendataan media yang telah

mengonfirmasi kehadiran. Selanjutnya, Praktikan menghubungi setiap media untuk mengingatkan kehadiran media dalam acara yang tengah dilangsungkan. Praktikan melakukan kontak melalui Whatsapp kepada wartawan yang meliput acara. Pada tahap kehadiran media, Praktikan secara intens berkomunikasi dengan para wartawan yang hadir. Hal ini dilakukan agar para wartawan dapat memperoleh informasi yang lengkap terkait acara. Umumnya, para wartawan yang hadir akan mengontak Praktikan untuk menanyakan detail lokasi, dan waktu pasti dimulainya wawancara. Pekerjaan selanjutnya, Praktikan akan menemui wartawan yang telah tiba di lokasi untuk melaksanakan briefing.

Setelah menyampaikan briefing dan teknis, Praktikan meminta wartawan untuk menunggu sampai waktu door-stop wawancara tiba. Sembari menunggu, Praktikan mempersilakan wartawan untuk mengambil foto atau video yang dapat mendukung isi pesan dalam pemberitaan.

Saat kegiatan door-stop berlangsung, Praktikan berkoordinasi dengan pihak penyelenggara acara untuk mengalokasikan waktu agar narasumber dapat melaksanakan kegiatan wawancara. Kegiatan wawancara dalam peliputan media memiliki berbagai perbedaan karena ada sejumlah media yang melangsungkan sesi *live report* melalui *telephone* dan mengharuskan narasumber berinteraksi langsung dengan penyiar yang berada stasiun radio.

#### 7. Menyerahkan Paket *Media Kit*

Praktikan bertugas mempersiapkan media kit sebagai buah tangan yang disediakan untuk wartawan. Praktikan mempersiapkan merchandise, serta lembaran informasi terkait program kerja di Komisi IX. Pemberian paket media kit akan diserahkan ketika peliputan telah dilakukan.

#### 8. *Press Release* Acara

Press release pada kegiatan media event handling merupakan pekerjaan yang dilakukan oleh Praktikan. Praktikan menulis draft press release acara dengan menyertakan segenap informasi terkait

acara. Selain itu, terdapat juga kutipan dari anggota legislatif Komisi IX sebagai penyelenggara acara dalam isi rilis. Press release acara digunakan untuk menjadi acuan informasi bagi media yang akan mempublikasi berita. Bersama pembimbing kerja yang bekerja dari rumah, Praktikan dibantu menulis press release acara Gebyar Kemerdekaan Senam Nusantara. Karena Praktikan sedang bertugas (in charge) di lapangan, maka pembimbing kerja meminta Praktikan untuk menyerahkan kutipan dari hasil wawancara bersama penyelenggara untuk dimuat pada rilis. Praktikan memberikan draft rilis beserta rekaman dan transkrip wawancara yang dilakukan bersama penyelenggara acara. Pada pembuatan rilis kali ini, Praktikan menggunakan sebagian format rilis yang telah dipelajari dalam mata kuliah penulisan humas atau *PR Writing*. Selanjutnya pembimbing kerja melakukan *review press release* yang telah dibuat oleh praktikan. Setelah pembimbing kerja melakukan review dan editing pada penulisan rilis, tim media relations membagikan press release tersebut kepada media online lokal dan nasional.

#### 9. *Media Event Reporting*

Pada pekerjaan ini, Praktikan ditugaskan untuk membuat laporan terkait hasil liputan dan press release yang telah dipublikasi oleh media. Di laporan peliputan media tersebut, Praktikan melampirkan beberapa bukti tayang dari hasil peliputan acara. Praktikan mengkategorisasikan pelaporan liputan media berdasarkan jenis media yang meliput. Dalam acara Gebyar Kemerdekaan Senam Nusantara, terdapat berbagai jenis media yang melakukan peliputan, di antaranya ada media radio, televisi, dan online.

Praktikan turut melampirkan beberapa link pemberitaan, rekaman siaran radio, serta berita liputan yang tayang di televisi. Selain itu, Praktikan juga mengunggah file rekaman siaran dan tayangan televisi pada Google drive. Link file yang diunggah pada Google drive akan dilampirkan sebagai bentuk laporan peliputan acara yang telah dipublikasi oleh media. Lebih lanjut, Praktikan juga melampirkan link rilis yang telah dipublikasi oleh media online.

Beberapa tahapan tersebut merupakan pelaksanaan kerja media event handling yang dilakukan oleh Praktikan selama membantu tim media relations dalam divisi media dan konten anggota legislatif Komisi IX DPR RI.

Dalam mempertahankan kesan yang positif di mata publik, Praktikan menginisiasi briefing liputan, yakni dengan mencantumkan rekomendasi pertanyaan yang berkaitan dengan acara agar wartawan mempunyai pedoman dalam mengajukan pertanyaan wawancara. Inisiasi tersebut terbukti membuahkan hasil, Praktikan mendapat apresiasi karena mampu memposisikan berita yang awal mulanya dikawatirkan negatif karena bermuatan politis, justru menjadi upaya membangun personal branding yang baik di media massa.

#### **3.2.1.2 Media Monitoring**

*Media monitoring* merupakan bagian dari aktivitas yang dilakukan tim *media relations* pada divisi media & konten anggota legislatif Komisi IX DPR RI. Kegiatan *media monitoring* dilakukan dengan tujuan memperoleh analisis pesan dalam pemberitaan yang dipublikasi oleh media massa. Selain itu, proses *media monitoring* dilakukan untuk merumuskan strategi reaktif yang sejalan dengan isu yang tengah bergeming. Pada masa Kerja Profesi (KP), praktikan diminta berkontribusi membantu aktivitas *media monitoring* melalui aktivitas mencari, membaca, mengidentifikasi dan pemberitaan yang sedang disorot oleh media.

Sebagai gambaran, Praktikan dibimbing untuk mencari isu-isu yang berkaitan dengan bidang isu yang dibawah oleh Komisi IX DPR RI yaitu isu kesehatan, ketenagakerjaan, dan kependudukan. Alur kerja dari kegiatan media monitoring di DPR RI sendiri meliputi beberapa tahapan, di antaranya sebagai berikut:

1. Mencari Berita

Praktikan melakukan pencarian berita terkini yang membahas isu mengenai kesehatan, ketenagakerjaan, dan juga kependudukan. Dalam pencarian berita, Praktikan menelusuri berbagai platform media massa yang saat ini telah memiliki Instagram dan Youtube. Platform tersebut menjadi sarana Praktikan untuk mencari beragam pemberitaan terkini. Dalam pencarian berita, Praktikan harus memperhatikan sejumlah aspek agar output media monitoring dapat

tercapai. Aspek yang perlu diperhatikan dalam kegiatan pencarian berita adalah waktu, nama media, serta link pemberitaan. Pada satu kesempatan, Praktikan memperoleh pemberitaan terkait penyakit mulut dan kuku (PMK) pada hewan ternak yang merebak di Indonesia menjelang Hari Raya Idul Adha 1443 H. Praktikan memilih isu tersebut dikarenakan relevan dengan bidang komisi IX serta diperlu adanya tanggapan antisipatif dari anggota DPR RI Komisi IX.

2. Identifikasi Isu

Setelah melakukan pencarian berita di media massa, Praktikan melakukan identifikasi isu yang ada pada pemberitaan. Pada tahapan identifikasi isu, Praktikan mengkalkulasi jumlah isu yang diberitakan untuk memastikan isu tersebut memang krusial dan sedang hangat diperbincangkan. Identifikasi isu merupakan proses analisis poin-poin penting yang ada dalam pemberitaan untuk disisipkan dalam isi rilis. Pada tahap identifikasi isu, Praktikan perlu memerhatikan akurasi berita, kredibilitas media, serta sumber data dan fakta berita.

3. Mencatat Penemuan Isu

Setelah mengidentifikasi isu – isu dalam pemberitaan, Praktikan ditugaskan untuk menguraikan daftar pemberitaan yang membahas terkait isu kesehatan, ketenagakerjaan, dan kependudukan. Praktikan menyusun penemuan isu di Microsoft Word dengan mencantumkan link media yang membahas isu tersebut. Pada tahapan selanjutnya, pembimbing kerja akan mengoreksi hasil kegiatan media monitoring yang dilakukan oleh praktikan dan memilih isu yang bisa diangkat dalam rilis.

Terdapat beberapa komponen dalam aktivitas *media monitoring*, di antaranya adalah:

- a. Praktisi *media relations* harus memerhatikan waktu tayang sebuah isu yang diberitakan. Komponen berupa hari, tanggal, dan jam merupakan poin yang harus disertakan ketika melakukan *media monitoring*. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa isu yang ditemukan memang aktual dan layak untuk ditanggapi.

- b. Komponen berikut yang harus ada dalam lembar kerja aktivitas *media monitoring* adalah nama media. Praktisi *media relations* akan mencatat nama media yang telah menayangkan isu dalam pemberitaan.
- c. *Media Resource Locator* merupakan komponen berupa *link* URL, rekaman siaran radio, atau tayangan berita di televisi yang harus dihimpun pada saat aktivitas media monitoring dilakukan.
- d. Terdapat kata kunci atau *keyword* yang harus disertakan dalam kegiatan media monitoring. Kata kunci tersebut dimaksudkan agar proses *check-ing* di laman pencarian Google lebih mudah dilakukan

### **3.2.1.3 Media Reporting**

Dalam kegiatan *media reporting*, Praktikan memiliki tanggung jawab menyerahkan laporan mengenai materi komunikasi dan pemberitaan yang telah terpublikasi di media massa. Tujuan dari *media reporting* sendiri adalah mengantongi kepercayaan dari sponsor pendukung dan melengkapi dokumen laporan tim *media relations* lainnya. Isi laporan dalam *media reporting* adalah mengenai bukti tayangnya materi komunikasi dan hasil peliputan yang telah dilakukan.

Pada pekerjaan media reporting, tim media relations ditugaskan untuk merekap segala bentuk komunikasi yang disampaikan oleh media massa kepada publik. Pada pelaksanaan kerja media reporting, Praktikan membantu penyusunan laporan dengan mengumpulkan sejumlah rilis yang telah terbit dan hasil peliputan yang telah tayang. Bermula dari tahapan awal, Praktikan secara berkala meminta bukti publikasi rilis dan liputan kegiatan kepada pihak jaringan media. Namun ada beberapa media yang inisiatif mengirim bukti publikasi kepada Praktikan sehingga memudahkan proses perekapan.

Setelah semua bukti tayang terkumpul, Praktikan mulai menyusun laporan liputan media. Langkah pertama yang dilakukan oleh Praktikan dalam membuat media reporting adalah mengakses Google untuk memasukkan kata kunci yang ada pada judul berita. Setelah menjumpai beberapa hasil publikasi berita, Praktikan menandai link berita dan membuat salinannya di Microsoft Word. Praktikan menyalin link berita secara satu persatu.

Dalam pembuatan laporan, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan, di antaranya adalah:

a. Jenis dan Skala Media

Terdapat laporan yang dikategorisasikan menjadi tiga bagian, yakni media nasional dan media lokal. Selain itu terdapat pula pembagian jenis media, yakni media televisi, radio, dan juga *online*.

b. Hasil Liputan

Hasil liputan dari media menjadi hal yang perlu diperlihatkan dalam laporan media. Hasil liputan bisa berbentuk siaran radio, berita televisi, serta artikel berita di media online.

c. Penentuan *Angle*

Laporan liputan media harus diurutkan berdasarkan topik yang menjadi *angle* berita. Hal tersebut dikarenakan umumnya setiap media memiliki *angle* yang berbeda-beda dalam menyajikan berita. Oleh karenanya pelaporan harus dihimpun berdasarkan *angle* pemberitaan yang dipilih oleh media.

Sebagai tambahan, Praktikan juga mencantumkan kode berita dengan format kombinasi huruf abjad, nomor, garis miring Liputan Media, tanggal, bulan, tahun, dan keyword berita. Contoh format yang diterapkan dalam menyusun laporan publikasi media adalah:

'No: W2/LiputanMedia/Nakes Honorer DPR/19-20 Juli 2022'

1. Kompas.com

<https://nasional.kompas.com/read/2022/07/19/16584851/tenaga-honorer-akan-dihapus-anggota-dpr-sebut-pelayanan-kesehatan-bisa?page=all>

2. Okezone

<https://nasional.okezone.com/read/2022/07/19/337/2632013/cegah-layanan-kesehatan-kolaps-komisi-ix-minta-nasib-nakes-honorer-diperjelas>

3. Viiva

<https://www.viva.co.id/berita/politik/1499334-netty-pks-khawatir-kebijakan-hapus-honorer-munculkan-phk-massal-nakes>

Format pelaporan media tersebut merupakan format yang paling sering diterapkan oleh pembimbing kerja dalam melakukan aktivitas media reporting. Dalam beberapa kesempatan, Praktikan juga diajarkan membuat laporan dengan format lain yang berbeda dengan format utama. Praktikan diajarkan untuk mengkategorisasikan publikasi berita berdasarkan angle yang diambil oleh media.

Pada contoh publikasi rilis terkait nakes honorer misalnya. Sejumlah media online menyajikan pemberitaan dengan angle dan framing yang berbeda-beda. Ada media yang lebih menyoroti nasib nakes honorer, ada pula media yang menyuarakan peran pemerintah guna mengatasi persoalan honorer. Selain itu, terdapat pula media yang menggaungkan dampak akibat ketidakjelasan status nakes honorer. Beragam angle dan framing yang dituangkan dalam pemberitaan di media perlu dikelompokkan agar memudahkan tim media relations dalam mengidentifikasi jenis framing dan angle yang memenuhi news value sehingga mampu memenuhi kebutuhan informasi publik.

### **3.2.2 Social Media Handling**

Selain kegiatan *media relations*, Praktikan dipercaya untuk membantu mengelola media sosial anggota Komisi IX DPR RI. Dalam pelaksanaan kerja social media handling, Praktikan ditugaskan membuat perencanaan konten dan membuat materi visual konten untuk dipublikasi di media sosial Instagram dan Twitter. Pengelolaan media sosial dilakukan untuk memperoleh atensi masyarakat serta memperluas jangkauan publik.

Pemilihan media sosial Instagram dilatarbelakangi oleh keterangan dari Data Indonesia yang menyatakan sebanyak 99,9 juta penduduk Indonesia merupakan pengguna Instagram (Annur, 2021). Bahkan, Indonesia dinobatkan sebagai negara terbesar keempat yang aktif menggunakan media sosial Instagram pada tahun 2022 (Rizaty, 2022). Lebih lanjut, We Are Social memberikan keterangan bahwa Indonesia menempati peringkat kelima pengguna Twitter terbesar di bawah sejumlah negara besar lainnya (Rizaty, 2022).

Dalam pelaksanaan kerja pengelolaan media sosial, Praktikan mengacu pada buku *Strategic Planning for Public Relations* karya Ronald Smith yang menitikberatkan aspek formative research sebagai langkah awal dalam merumuskan perencanaan strategis. Dalam fase formative research, terdapat tiga



tahapan perencanaan, di antaranya adalah analisis situasi, analisis organisasi, dan analisis publik.

Aspek *formative research* berbanding lurus dengan kegiatan pengelolaan media sosial yang diimplementasikan oleh Praktikan selama masa Kerja Profesi (KP). Untuk mentransmisikan sebuah pesan, Praktikan lebih dulu melakukan analisis situasi, organisasi dan publik yang didapat melalui riset. Hasil analisis situasi nantinya akan menjadi acuan dasar praktikan dalam menyampaikan pesan melalui konten visual.



**Gambar 3. 4 Konten IG Story**

Merujuk pada bidang yang dibawah oleh Komisi IX, terdapat beberapa tahapan yang dilakukan oleh Praktikan dalam menggarap konten mengenai permasalahan kesehatan di Indonesia, di antaranya:

a. Perencanaan Konten

Perencanaan media sosial dibuat berdasarkan hasil temuan dari aktivitas analisis situasi. Melalui proses riset, Praktikan mendapati bahwasannya di masa pandemi ini, perkiraan konten yang diminati adalah konten mengenai informasi vaksinasi. Dengan demikian, Praktikan berusaha menyesuaikan karakteristik media sosial yang bersifat dua arah (interaktif) dengan jenis konten yang akan digarap. Selanjutnya, praktikan beralih pada analisis organisasi, sebagai lembaga yang mewakili rakyat, anggota DPR RI Komisi IX perlu mengkomunikasikan pesan yang berkaitan dengan persoalan sosial,

terutama di bidang kesehatan. Analisis terakhir yang dilakukan adalah analisis publik. Praktikan memerhatikan secara umum sebagian besar kegiatan publik di media sosial adalah saling berinteraksi satu sama lain dengan melontarkan sebuah komentar, menjawab pertanyaan *QnA* pada Instagram *story*, berpartisipasi pada *polling*, memanfaatkan filter Instagram, melontarkan cuitan, membaca dan menulis *thread* di Twitter. Oleh karena itu, Praktikan memilih Instagram dan Twitter sebagai saluran untuk mengkomunikasikan pesan terkait ajakan vaksinasi *booster* dan penjelasan informasi mengenai cacar monyet. Lebih lanjut, dalam tahap perencanaan, Praktikan juga menyusun *timeline*, isi konten, dan juga pilihan fitur yang digunakan.

Pada saat membuat perencanaan konten, Praktikan memiliki peran sentral sebagai pencetus adanya gagasan dalam merumuskan perencanaan konten sehingga dapat menjadi acuan publikasi konten.

b. Pembuatan Konten

Pada tahap pembuatan konten, Praktikan bersama tim dalam divisi media dan konten melangsungkan *brainstorming* lanjutan. Pembuatan konsep konten mengacu pada perencanaan yang telah dirumuskan pada tahapan sebelumnya. Praktikan berkesempatan membuat konten visual di IG Story dengan memanfaatkan fitur *polling* yang mengajak publik untuk berpartisipasi pada pertanyaan “Sudahkah Kamu Vaksin Booster?” Hal tersebut merupakan tindaklanjut dari strategi perencanaan konten, yaitu mentransmisikan pesan melalui desain visual yang menarik dan narasi yang interaktif. Lebih lanjut, Praktikan ditugaskan membuat konten *thread* Twitter yang tentunya diawali dengan proses riset mengenai penyebaran wabah cacar monyet. Pada pembuatan konten *thread* di Twitter, Praktikan menguraikan sejumlah desakan kepada pemerintah agar tidak abai dengan penyebaran virus cacar monyet.

c. Penyuntingan Konten

Ketika konten telah selesai digarap, Praktikan menyerahkan konten tersebut kepada pembimbing kerja untuk diperiksa dan diberikan

masukan. Jika ada saran atau masukan, Praktikan akan kembali merevisi konten tersebut

d. Pembuatan Caption

Praktikan juga diberi kesempatan untuk menulis caption pada konten Instagram dengan narasi yang persuasif, informatif, dan komunikatif. Ketentuan jumlah kata pada *caption* berkisar antara 80-100 kata. Hal ini dikarenakan *caption* yang singkat dianggap mampu menarik minat peselancar media sosial.



Gambar 3. 5 Konten Thread Twitter

e. Publikasi Konten

Setelah Praktikan menyerahkan draft visual dan caption konten, pembimbing kerja akan membantu menyerahkan draft konten tersebut kepada admin media sosial untuk dipublikasi di Instagram atau Twitter.

### 3.3 Kendala Yang Dihadapi

#### 3.3.1 Media Relations

1. Dalam menanggapi pesan dari wartawan, sering kali isu yang ditanya belum bisa terjawab karena Praktikan harus menunggu pandangan dan sikap dari komisi atau fraksi terkait persoalan isu tersebut sehingga dalam beberapa kesempatan media harus menunggu sampai fraksi atau komisi memberikan pandangannya.

2. Keterlambatan pengiriman *link* Zoom dalam rapat tertutup membuat Praktikan tidak memperoleh informasi yang lengkap sehingga saat media meminta informasi terkait isu yang dibahas dalam rapat, Praktikan tidak dapat menguraikan informasi secara lengkap dan harus mengembalikannya kepada pembimbing kerja.

#### **3.3.1.1 Media Event Handling**

1. Ketika anggota Komisi IX DPR mengundang media dalam sebuah acara, kerap kali media membatalkan kehadiran secara mendadak. Selanjutnya, di beberapa waktu, media yang telah dihubungi tidak merespons pesan *follow up* yang dikirimkan oleh Praktikan. Beberapa media yang tidak responsif dalam mengonfirmasi kehadirannya menghambat pencatatan konfirmasi yang dibuat oleh tim *media relations*.
2. Ketika melangsungkan acara dan undangan telah diterima oleh reporter yang meliput, Praktikan menemui ketidakpastian liputan acara akan tayang di media tersebut. Hal ini disebabkan adanya perselisihan paham antara kontributor daerah yang meliput dengan redaksi pusat media. Di satu sisi, reporter daerah yang dihubungi bersedia meliput, namun setelah itu pihak redaksi pusat menolak untuk menayangkan dikarenakan menurut koordinator liputan berita acara tersebut kurang mengandung nilai berita.
3. Ketika sedang menyelenggarakan acara, Praktikan bertanggungjawab mengakomodir aktivitas peliputan media, termasuk kegiatan *doorstop* wartawan. Ketika kegiatan *door-stop* acara berlangsung, beberapa wartawan menanyakan persoalan yang bertentangan dengan acuan pertanyaan yang telah tertera dalam *brief*. Di beberapa waktu, wartawan menyoal tentang hal-hal yang tidak ada kaitannya dengan agenda. Seperti pertanyaan berbau politis dan pertanyaan terkait isu-isu aktual yang sedang heboh diperbincangkan.
4. Adanya pembatalan rencana kerja sama pasang *slot* di TV dikarenakan nilai *ratecard* yang terlalu mahal dan melampaui jumlah budget.

#### **3.3.1.2 Media Reporting**

1. Saat membuat laporan news coverage, sering kali berita atau rilis yang telah dipublikasi tidak bisa diakses dikarenakan adanya domain yang

kadaluarsa dan kendala masalah IP Conflict. Hal tersebut mempersulit Praktikan dalam mengumpulkan bukti tayang rilis ataupun hasil liputan.

### **3.3.2. Social Media Handling**

1. Dalam pembuatan konten media sosial, praktikan memiliki keterbatasan dalam hal eksplorasi dan eksekusi ide dikarenakan ada beberapa kata-kata, gambar, atau pembahasan yang dinilai sensitif dan harus dihindari.

## **3.4 Cara Mengatasi Kendala**

### **3.4.1 Media Relations**

1. Praktikan memberikan keterangan kepada media bahwa isu ini sedang dikaji dan akan disampaikan ketika kajian tersebut telah rampung.
2. Praktikan meminta bantuan kepada pembimbing kerja untuk melengkapi informasi yang sempat terlewatkan oleh praktikan.

#### **3.4.1.1 Media Event Handling**

1. Praktikan berupaya untuk mengundang media lain dengan meminta bantuan kepada media yang hadir untuk meneruskan undangan liputan kepada jaringan yang menjadi rekan awak media tersebut.
2. Praktikan berusaha menempatkan acara sebagai informasi yang memiliki nilai berita sehingga layak ditayangkan di media massa.
3. Praktikan mengingatkan awak media yang hadir untuk kembali membaca acuan pertanyaan yang tertera pada brief.
4. Saat menjalin kerja sama *paid media*, praktikan melakukan negosiasi *budget* kepada tim *marketing communication* media tersebut agar harga dan kontraprestasi dapat disesuaikan dengan budget.

#### **3.4.1.2 Media Reporting**

1. Praktikan mencari berita dengan *link* yang telah diperbarui sehingga URL tetap dapat dicantumkan pada laporan publikasi media.

### **3.4.2 Social Media Handling**

1. Praktikan membuat konten informatif dengan materi yang lebih universal dan normatif serta menghindari kalimat atau pembahasan yang sensitif.

Praktikan juga berupaya mengemas konten dengan visualisasi yang menarik untuk mengundang minat baca masyarakat.

