

MEMOTIVASI PRAKTISI KEHUMASAN PEMERINTAH DALAM PELATIHAN CYBER PUBLIC RELATIONS DAN MANAJEMEN MEDIA KEHUMASAN

Dr. Indiwanto wahjuwibowo MSI

Dosen Ilmu Komunikasi
Universitas Multimedia Nusantara
indiwan@umn.ac.id

ABSTRAK

Public Relations Officer atau para praktisi PR saat ini harus memahami apa itu **Cyber public relations (Cyber PR)**. Secara harafiah konsep ini merujuk pada aktivitas atau kegiatan kehumasan yang dilakukan melalui media elektronik internet yang bertujuan untuk mengangkat citra brand atau produk yang ditawarkan atau bisa juga program atau kegiatan organisasi.

Kegiatan Cyber PR juga untuk memelihara kepercayaan (trust), pemahaman, citra perusahaan atau organisasi kepada khalayak secara *One to one communication* yang bersifat interaktif. Sayangnya masih banyak praktisi kehumasan pemerintah yang masih terlalu gamang dalam pemanfaatan internet dalam kegiatan komunikasi eksternal mereka. Sebagai dosen komunikasi, saya tertantang untuk memberi pemahaman dan disertai motivasi dan praktik agar praktisi kehumasan pemerintah mampu memahami Cyber PR bekerjasama dengan Pusdiklat Kementerian Komunikasi dan Informasi. Pelatihan ini ditujukan kepada sejumlah angkatan peserta yang mengikuti Diklat Pranata Humas Tingkat Ahli dimana salah satu topik yang dibahas adalah soal Cyber PR.

Kegiatan **Cyber PR** tidak akan lepas dari sarana media elektronik dan sangat berhubungan erat dengan perkembangan teknologi, Di jaman sekarang seperti ini sangat sedikit orang yang tidak mengenal internet. Dalam pelatihan ini metode yang digunakan adalah ceramah, diskusi dan praktik langsung pada peserta dari seluruh Indonesia tentang bagaimana memanfaatkan media sosial atau pemanfaatan internet untuk meningkatkan citra lembaga atau organisasi mereka.

Hasilnya, peserta mendapatkan pemahaman kognitif, informasi teoritis mengenai cyber PR, afektif karena makin sadar dan menyukai fungsinya sebagai praktisi kehumasan dan pada akhirnya mereka praktikan konsep teori yang didapatkan langsung diterapkan dalam pembuatan kampanye cyber PR mereka.

Keywords: Public relations, Cyber PR, Internet sehat, pranata humas,

PENDAHULUAN

Dalam keseharian tugasnya, seorang praktisi kehumasan pemerintah banyak melakukan kegiatan kampanye, untuk memperlancar dan meningkatkan citra organisasinya. Salah satu strategi yang dipakai adalah menggunakan media sosial.

Secara harafiah konsep ini merujuk pada aktivitas atau kegiatan kehumasan yang dilakukan melalui media elektronik internet yang bertujuan untuk produk yang ditawarkan atau bisa juga program atau kegiatan organisasi. Kegiatan Cyber PR juga untuk memelihara kepercayaan (trust), pemahaman, citra perusahaan atau organisasi kepada khalayak secara *one to one communication* yang bersifat interaktif. Sayangnya masih banyak praktisi kehumasan pemerintah yang masih terlalu gamang dalam pemanfaatan internet dalam kegiatan komunikasi eksternal mereka. Sebagai dosen komunikasi, saya tertantang untuk memberi pemahaman dan disertai motivasi dan praktik agar praktisi kehumasan pemerintah mampu memahami Cyber PR bekerjasama dengan Pusdiklat Kementerian Komunikasi dan Informasi.. Pelatihan ini ditujukan kepada sejumlah angkatan peserta yang mengikuti Diklat Pranata Humas Tingkat Ahli dimana salah satu topik yang dibahas adalah soal Cyber PR.

Kegiatan **Cyber PR** tidak akan lepas dari sarana media elektronik dan sangat berhubungan erat dengan perkembangan teknologi, Di jaman sekarang sepertinya sangat sedikit orang yang tidak mengenal internet. Dalam pelatihan ini metode yang digunakan adalah ceramah, diskusi dan praktik langsung pada peserta dari seluruh Indonesia tentang bagaimana memanfaatkan media sosial atau pemanfaatan internet untuk meningkatkan citra lembaga atau organisasi mereka.

Cyber public relation yaitu public relations yang menjalankan berbagai aktivitas kerjanya dibantu atau menggunakan internet sebagai sarana publisitasnya.

Melalui cyber public relations, maka praktisi public relations dapat dengan mudah untuk melewati berbagai batasan dan penghalang, serta memudahkan public relations dalam menyampaikan pesan-pesan korporat kepada target, baik itu publik internal maupun publik eksternal, tanpa melalui atau bergantung pada pihak manapun seperti jurnalis atau editor jika didistribusikan di media cetak maupun elektronik. Ada banyak manfaat yang didapatkan melalui aktivitas cyber PR, setidaknya secara garis besar ada enam potensi yang dapat dimanfaatkan melalui cyber PR:

Yang pertama, komunikasi Konstan. Internet adalah media yang tak pernah terlepas setiap harinya. Melalui internet PR dapat menjangkau publiknya hingga ke seluruh dunia. Kedua, respon yang cepat. Internet memungkinkan para pelaku cyber PR untuk mendapat respon yang cepat terhadap semua permasalahan serta pertanyaan prospek maupun pelanggan. Yang ketiga, pasar global. Internet telah menjembatani jurang pemisah geografis, melalui hubungan yang terjalin di dunia maya. Melalui internet memudahkan PR untuk berkomunikasi dengan pasar global yang ada di seluruh dunia dengan biaya yang cukup murah. Keempat, Interaktif. Internet adalah media yang sangat interaktif. Feedback dengan mudah didapatkan melalui media sosial yang digunakan oleh PR. Kelima, komunikasi dua arah. Komunikasi dua arah terjalin antara organisasi atau instansi dengan publiknya. Melalui cyber PR dapat membangun hubungan yang kuat dan bermanfaat. Keenam, Hemat. Melalui cyber PR dapat membantu suatu instansi atau organisasi untuk menghemat biaya, pasalnya tak lagi dibutuhkan biaya cetak yang terhitung mahal.

SASARAN KEGIATAN

Yang menjadi sasaran dari program pelatihan Cyber Public Relations ini adalah aparatur kehumasan pemerintah yang menjadi peserta Diklat Pranata Humas Tingkat Ahli tahun 2016,



Persoalannya adalah, masih banyak peserta pelatihan yang kurang memahami manfaat dan fungsi media sosial. Banyak dari mereka memahami bahwa kemampuan menggunakan internet adalah suatu yang biasa dan dianggap terpisah dari kehidupan dan kegiatan pekerjaan mereka sebagai Humas Pemerintah.

Di sisi lain, ada kekhawatiran dari sebagian mereka saat aktif di sosial media akan dianggap menyia-nyiakan waktu dan mengabaikan tugas dan kewajiban mereka sebagai pegawai kehumasan pemerintah. Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 4 Agustus 2016, pukul 08:00 WIB hingga 17:30 WIB bertempat di Pusdiklat Kemkominfo Jakarta.

METODE KEGIATAN

Untuk memecahkan masalah yang sudah diidentifikasi dan dirumuskan tersebut di atas, dan agar pelatihan Cyber Public Relations dan manajemen media kehumasan dapat berjalan dengan lancar, maka pelatihan dilakukan setengah hari dengan menggunakan beragam metode pelatihan: Pertama menggunakan metode Ceramah. Metode ini dipilih untuk menyampaikan konsep-konsep yang penting untuk dimengerti dan dikuasai oleh peserta pelatihan. Teknis pembuatan dan mendesain pesan Cyber PR yang menarik serta merencanakan konsep penulisan konten untuk dipublish di media sosial.

Metode kedua adalah Demonstrasi. Metode ini dipilih untuk menunjukkan secara detail langkah-langkah teknis pembuatan pesan dan pengiriman foto serta video ke media sosial. Metode ini dikhususkan pada proses ketika berjalannya presentasi.

Metode ketiga Latihan & Tanya Jawab. Metode ini digunakan untuk memberikan praktek langsung kepada peserta dalam mempraktekan pembuatan pesan serta kampanye Public Relations dan bagaimana mengirimkannya ke media sosial. Kemudian evaluasi atas kerja keras

mereka. Pelatih juga memberikan kesempatan kepada peserta untuk berperan aktif dengan bertanya mengenai kendala yang mereka hadapi serta memberikan kesempatan untuk peserta mengetahui sedalam-dalamnya mengenai pembuatan dan pengelolaan pesan dalam kerangka kampanye Public Relations ke dunia maya..

PRAKTIKUM I : WHO ARE YOU FRIENDS

Pilihlah satu teman /peserta Diklat yang tidak sdaerah/setempat kerja dengan anda

Potretlah dirinya dan videokanlah menggunakan kamera handphone anda

Kemudian anda beri komentar terkait dengan dinamis dan tantangan di tempat kerja teman anda tersebut, kemudian diberi hastag #Pranatahumasangkatan2 #indiwaneto #pranatahumas #publicrelations

Kemudian dishare informasi tersebut di social media yang anda miliki minimal 2 yaitu facebook, instagram ,Twitter, dan LINE

Praktik kedua, dilakukan di akhir sesi yaitu meminta peserta pelatihan membuat perencanaan sebuah kampanye public relations yang terdiri dari topik kampanye PR, alasan memilih topik, menjelaskan platform media sosial yang digunakan , dampak atau impak apa yang diharapkan dari kegiatan ini ,kemudian dipresentasikan di hadapan teman-teman peserta untuk mendapatkan masukan dan saran-saran.

Praktik ketiga, setelah mendapatkan masukan dari teman peserta maka kelompok membuat rencana tersebut dan disiarkan ke media sosial yang dipilih. Hasilnya kemudian dipaparkan dalam evaluasi terakhir sebelum pelatihan berakhir.

PRAKTIKUM 3

A. Buatlah Video Blog sekira 3 menit sampai 5 Menit sesuai dengan Rancangan yang sudah kelompok/anda buat sebelumnya

B. Kemudian dishare menggunakan social media Twitter dan Facebook anda

C. Mintalah teman-teman peserta lain untuk melike video yang sudah anda share, minimal 15 like

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah diberikan materi dan praktik, Peserta Pelatihan Cyber PR ini telah diberikan pemahaman mengenai pentingnya menguasai internet dan mendistribusikan kemampuan menulis dan merencanakan program dalam sebuah kampanye digital lewat media sosial.

Para peserta menjadi lebih berani mengungkapkan kemampuan diri mereka di bidang Cyber PR dan mampu mempertahankan ide serta gagasan mereka dalam eksekusi mereka dalam sebuah presentasi yang mendapat penilaian dari pelatih.

Setelah sesi pertama selesai, yakni pemberian materi Cyber PR, teknik perencanaan kampanye Public Relations kegiatan berlanjut dengan memberikan pelatihan teknis mengenai cara memanfaatkan kamera handphone mereka untuk membuat video kampanye sosial media dengan menggunakan aplikasi Videoshow dan Viva Video dari Android. Setelah mahir maka



mereka mulai mengirimkan video kelompok ke media sosial seperti Instagram, facebook dan Youtube. Bahann-bahan pelatihan cyber PR juga sudah diupload ke slideshare agar mudah diakses oleh peserta dan pihak lain yang tertarik mempelajari Cyber PR. Link terkait materi pelatihan Cyber PR itu adalah <https://bit.ly/2y4CnhA> . Sejumlah contoh praktik peserta pelatihan cyber PR bisa dilihat di Youtube diantaranya di link dibawah ini <https://goo.gl/ArgYTN>

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Cyber PR dan Manajemen Media Kehumasan bermanfaat untuk memelihara kepercayaan (trust), pemahaman, citra perusahaan atau organisasi kepada khalayak secara *one to one communication* yang bersifat interaktif. Sayangnya masih banyak praktisi kehumasan pemerintah yang masih terlalu gamang dalam pemanfaatan internet dalam kegiatan komunikasi eksternal mereka.

Masih banyak peserta pelatihan yang kurang memahami manfaat dan fungsi media sosial. Banyak dari mereka memahami bahwa kemampuan menggunakan internet adalah suatu yang biasa dan dianggap terpisah dari kehidupan dan kegiatan pekerjaan mereka sebagai Humas Pemerintah. Di sisi lain, ada kekhawatiran dari sebagian mereka saat aktif di sosial media akan dianggap menyia-nyiakan waktu dan mengabaikan tugas dan kewajiban mereka sebagai pegawai kehumasan pemerintah. Padahal dari hasil pelatihan para peserta semakin menyadari arti penting Cyber PR dan manajemen media kehumasan dalam kegiatan mereka.

Sarannya, pihak pemerintah khususnya mereka yang bergerak di ranah public relations perlu memahami arti penting pemanfaatan media sosial, jangan justru menganggap media sosial adalah sesuatu yang tidak penting atau malah dianggap berbahaya.

DAFTAR PUSTAKA

Ongo, Bob Julius (2004) *Cyber Public Relations*

Hidayat, Dasrun , *Media Public Relations; Pendekatan Studi Kasus Cyber Public*

Relations

<https://www.youtube.com/watch?v=jRgE41vkYkQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=IF8oVAtciAU&t=74s>

<https://www.youtube.com/watch?v=YAxvleq46UA>

Bahan-bahan power point pribadi

LAMPIRAN FOTO KEGIATAN

