

LAPORAN WEBINAR

"PELATIHAN KERJA BERBASIS KOMPETENSI PUBLIC RELATIONS OFFICER"



Disusun Oleh:

Nama: Robbikal Muntaha Meliala, S.Sos, M.I.Kom

NIDN : 0327078703

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BAHASA

PROGRAM STUDI PENYIARAN

UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

TAHUN 2021

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Kegiatan

Pranata Humas atau *Public Relations Officer* (PRO) makin dikenal di Indonesia sejak Kepolisian Republik Indonesia memelopori departemen ini pada organisasinya. Keberadaan humas atau *public relations officer* ini sebenarnya sudah ada sejak lama di dunia. Sejarah munculnya humas sendiri berawal dari *press agency* (agensi pers) yang membuat program komunikasi untuk kampanye politik pemilihan sherif di Amerika Serikat.

Keberadaan humas atau *public relations officer* dengan jurnalis (wartawan) memang seperti adik dan kakak. Orang-orang yang memelopori ilmu kehumasan sejak dulu adalah orang-orang yang pernah bekerja juga sebagai jurnalis atau wartawan. Oleh karena itu, tak jarang stigma yang tercipta hingga sekarang, sebagian masyarakat masih ada yang beranggapan bahwa Public Relations atau Humas tidak lebih penting dibandingkan jurnalis atau wartawan. Bahkan ada juga sebagian orang yang menganggap humas atau *public relations* adalah departemen dalam organisasi yang kurang penting, karena terkesan glamour, menghabiskan uang perusahaan saja dan dianggap tidak efektif dalam memajukan perusahaan.

Hal inilah yang perlu diluruskan dari generasi ke generasi karena perkembangan ilmu humas pun dinamis. Departemen humas tak boleh dianggap departemen nomor dua atau departemen yang tidak penting lagi dalam sebuah organisasi. Padahal secara teoritis, tanggung jawab humas pun sangat besar karena ada dua publik yang harus ditanganinya yaitu publik internal dan publik eksternal. Pekerjaannya pun bukan hanya membuat undangan dan pesta foya foya saja, melainkan menciptakan kesepemahaman makna tentang identitas organisasi dan juga menumbuhkan rasa kepercayaan pada publiknya. Semua itu harus dilakukan secara terencana dan berdasarkan riset komunikasi. Investasi jangka panjang-lah yang menjadi tolak ukur disini yang harus dilakukan secara bertahap dan berproses.

Hasil pekerjaan humas pun tak dapat diukur hanya dari kegiatan jual beli layaknya perdagangan secara singkat. Besar pengeluaran yang diukur oleh seorang pedagang dengan keuntungan berapa barang atau jasa yang laku di pasar dalam sekali waktu. Pekerjaan humas adalah pekerjaan menanamkan kepercayaan kepada publik-nya dengan investasi jangka panjang, yang kadang kala keberhasilannya bukan hanya dilihat dari ukuran *hard selling* tapi juga *soft selling*.

Berawal dari latar belakang itu, Lembaga Pelatihan Kerja Inscinema memperkenalkan

kepada publik tentang pelatihan kerja berbasis kompetensi skema *public relations officer* yang sebenarnya kepada masyarakat. Pelatihan ini diadakan sebagai salah satu alternatif pintu gerbang akademisi dan praktisi kehumasan di Indonesia untuk siap uji kompetensi oleh asesor dalam meraih sertifikat kompetensi yang diakui oleh BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Profesi). Keberadaan sertifikat ini diakui oleh negara Republik Indonesia selama 3 tahun kedepan sebagai kompetensi profesi yang utuh dimiliki oleh pemegang sertifikat itu sendiri.

Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Inscinema yang berkantor di Jl. Pondasi No. 13, Kayu Putih, Kecamatan Pulo Gadung, Jakarta Timur mengadakan program ini yang dibuka untuk umum dan skala nasional pada 11 Desember 2021 s.d 14 Desember 2021, melalui media virtual zoom conference.

1.2. Maksud dan Tujuan Kegiatan

Webinar ini diadakan dengan maksud memberikan pelatihan kepada akademisi dan praktisi yang tertarik pada bidang *public relations officer* atau kehumasan, agar siap untuk diuji oleh asesor dan lulus demi meraih pengakuan sertifikasi profesi skema *public relations officer* yang diterbitkan oleh Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP).

Webinar ini juga diadakan sebagai salah bentuk kegiatan kerjasama yang dilakukan oleh program studi Hubungan Masyarakat, Universitas Bina Sarana Informatika dengan Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Inscinema dalam rangka mengembangkan kemampuan dosen prodi Humas UBSI dan siap dalam uji kompetensi skema Public Relations Officer yang ditentukan oleh BNSP.

BAB II

LAPORAN KEGIATAN

2.1. Bentuk Kegiatan

Kegiatan pelatihan ini dilakukan secara Online (dalam jaringan internet) atau Webinar. Selain itu ada juga penugasan yang diberikan kepada peserta pelatihan yang dikumpulkan pada periode tertentu.

2.2. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan seminar dilaksanakan pada:

Hari : Sabtu s.d Selasa
Tanggal : 11 Desember 2021 s.d 14 Desember 2021
Waktu : 09.00-12.00 WIB
Penyelenggara : Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Inscinema
Media : Join Zoom Meeting

Join Zoom Meeting

<https://us02web.zoom.us/j/2745384653?pwd=RHREbERkWXEyUW9sSkQ2QU4xZGxxdz09>

Meeting ID : 274 538 4653

Passcode : inscinema

Kegiatan webinar ini menghadirkan Tutor Emmy Kuswandari, IAPR. Acara ini dipandu oleh Moderator Ita Suryani, S.Sos, M.I.Kom (Dosen Universitas Bina Sarana Informatika).

Isi materi webinar terdiri dari :

1. Pemaparan ibu Emmy Kuswandari sebagai tutor yang menjelaskan terlebih dahulu tentang bagaimana peran Public Relations di era disrupsi. Era disrupsi ini berasal dari Bahasa Inggris yaitu Disruption yang artinya (kekacauan). Kekacauan yang dimaksud dalam konteks ini adalah keadaan dimana informasi dapat beredar dengan luas tanpa terhalangi ruang, batas dan waktu lagi. Penyaring informasi itu pun juga adalah diri kita sendiri yang harus bijak dan cermat dalam mengamati arus informasi itu. Keadaan ini terjadi karena masuknya internet di dunia dan maraknya kehadiran media sosial yang mempermudah kita sebagai masyarakat untuk mengakses informasi dengan cepat dan meluas. Salah satu tantangan dan tugas besar Public Relations sekarang adalah adaptif dengan perubahan dan wajib menambahkan satu kemampuan lagi pada dirinya yaitu digital public relations. Seorang public relations officer saat ini seharusnya tidak boleh gagap teknologi lagi dan dilarang untuk berpuas diri dengan kemampuan public relations konvensional yang sudah dimilikinya.
2. Persamaan dan Perbedaan antara Jurnalis dengan Public Relations Officer juga dijelaskan oleh tutor Emmy Kuswandari dalam pelatihan ini. Persamaan yang dimiliki antara Public Relations Officer dengan Jurnalis (Wartawan) adalah sama sama profesi yang bertanggung jawab dalam menyampaikan pesan yang tepat makna kepada target khalayak yang ditujunya. Ketika kita

berbicara persamaan dalam kedua profesi ini adalah satu hal yang tak dapat ditolak adalah kompetensi komunikasi yang perlu dimiliki keduanya. Saat menjalankan tugas dan perannya, baik jurnalis (wartawan) maupun public relations officer perlu mempertimbangkan siapa komunikator dalam penyampaian pesan itu, apa pesan yang ingin disampaikan, dengan media (channel) apa pesan itu disampaikan, kepada siapa (komunikan) pesan itu akan diterima atau dituju dan apa efek dari pesan itu setelah disampaikan baik efek afektif, kognitif maupun behavioral (perilaku). Sementara yang menjadi perbedaan antara jurnalis (wartawan) dengan public relations officer adalah tingkat prestigious yang dimiliki kedua profesi itu. Profesi wartawan (jurnalis) masih dianggap lebih prestigious oleh masyarakat sampai saat ini karena kedudukannya dilindungi oleh Undang Undang Dasar (UUD) 1945 melalui Undang Undang Pers No. 40 tahun 1999 yang menyatakan salah satu fungsi khusus yang dimiliki oleh wartawan atau jurnalis dibanding profesi lainnya yaitu sebagai alat kontrol sosial. Sementara profesi humas atau public relations officer tidak dijamin undang-undang untuk melakukan fungsi kontrol sosial kepada masyarakat seperti layaknya jurnalis atau wartawan itu sendiri.

3. Selain itu, Ibu Emmy juga menjelaskan tentang Uji Kompetensi pada skema public relations officer ini dimana setiap peserta yang ingin dinyatakan lulus uji kompetensi maka harus memenuhi persyaratan dan tugas yang diberikan pada 7 SKNI. Unit skema itu terdiri dari ;
 - a. Melakukan fungsi riset komunikasi untuk program komunikasi
 - b. Membuat dan merencanakan program komunikasi atau program kehumasan
 - c. Menganalisis hubungan dengan media massa
 - d. Melaksanakan special event (ajang khusus) kehumasan
 - e. Melaksanakan kegiatan seperti seminar, konferensi, lokakarya dan rapat
 - f. Melaksanakan Master of Ceremony atau fungsi presenter
 - g. Membuat dokumentasi kegiatan.
4. Public Relations is all about creativity. Artinya pekerjaan seorang pranata humas kini memiliki tantangan lebih banyak karena dunia telah berubah. Selera konsumen berubah. Media telah berubah. Cara kita berinteraksi antara orang yang satu dengan yang lain juga berubah. Jika seorang pranata humas tidak adaptif dan kreatif maka identitas organisasi pun tak akan dikenal oleh publik-nya. Kreatif dalam konteks ini juga bukan berarti tidak berdasarkan riset sama sekali. Hal yang perlu diingat adalah public relations mempunyai tanggung jawab untuk mengukur program investasi jangka panjang dengan akurat dan semua itu tak boleh dilakukan dengan mendadak, tapi harus terencana, untuk mendapatkan peluang keberhasilan lebih tinggi. Fungsi riset komunikasi harus dilakukan dalam membuat suatu program komunikasi. Riset komunikasi itu dapat dilakukan dengan metode kualitatif maupun kuantitatif. Analisis PEST (Politik, Ekonomi, Sosial dan Teknologi) adalah analisis wajib yang perlu dilakukan oleh seorang public relations officer dalam memetakan keberadaan organisasinya dengan program

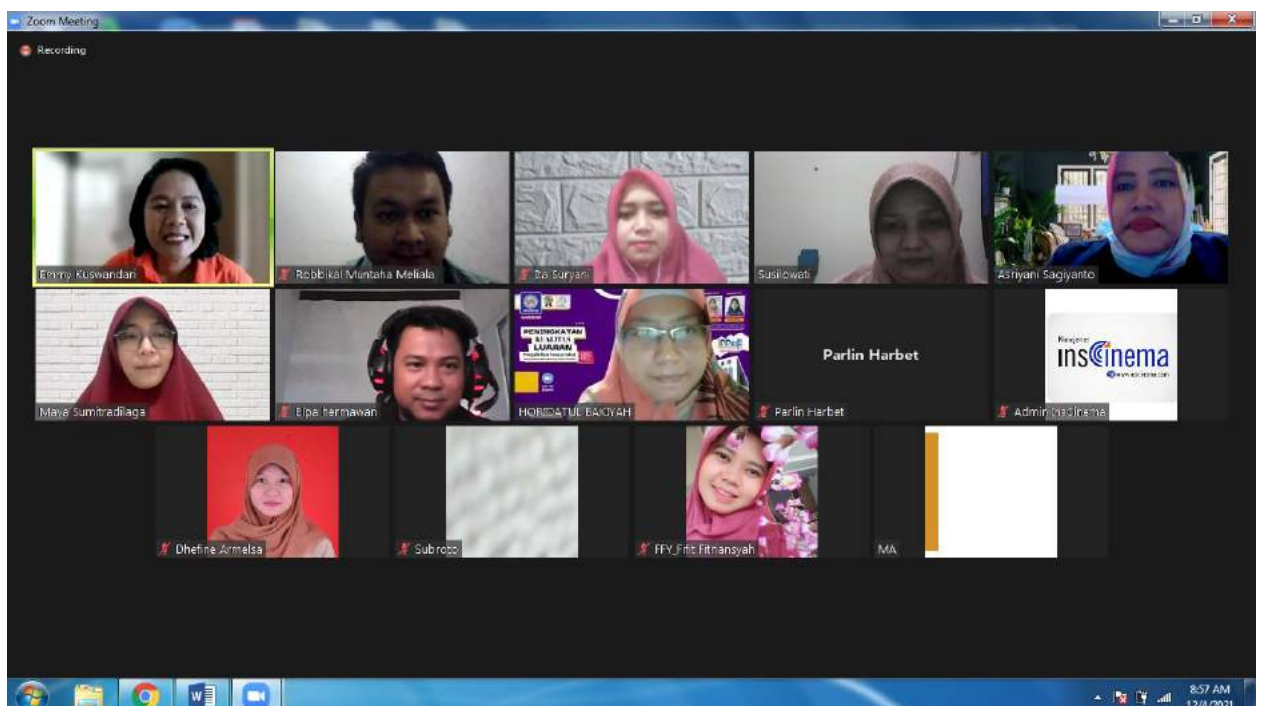
yang akan dirancang-nya kelak. Selain itu adalah analisis SWOT (Strenghts, Weakness, Opportunities dan Threats) juga perlu dilakukan sebagai keberlanjutan fungsi riset komunikasi atas perancangan suatu program yang dibuatnya.

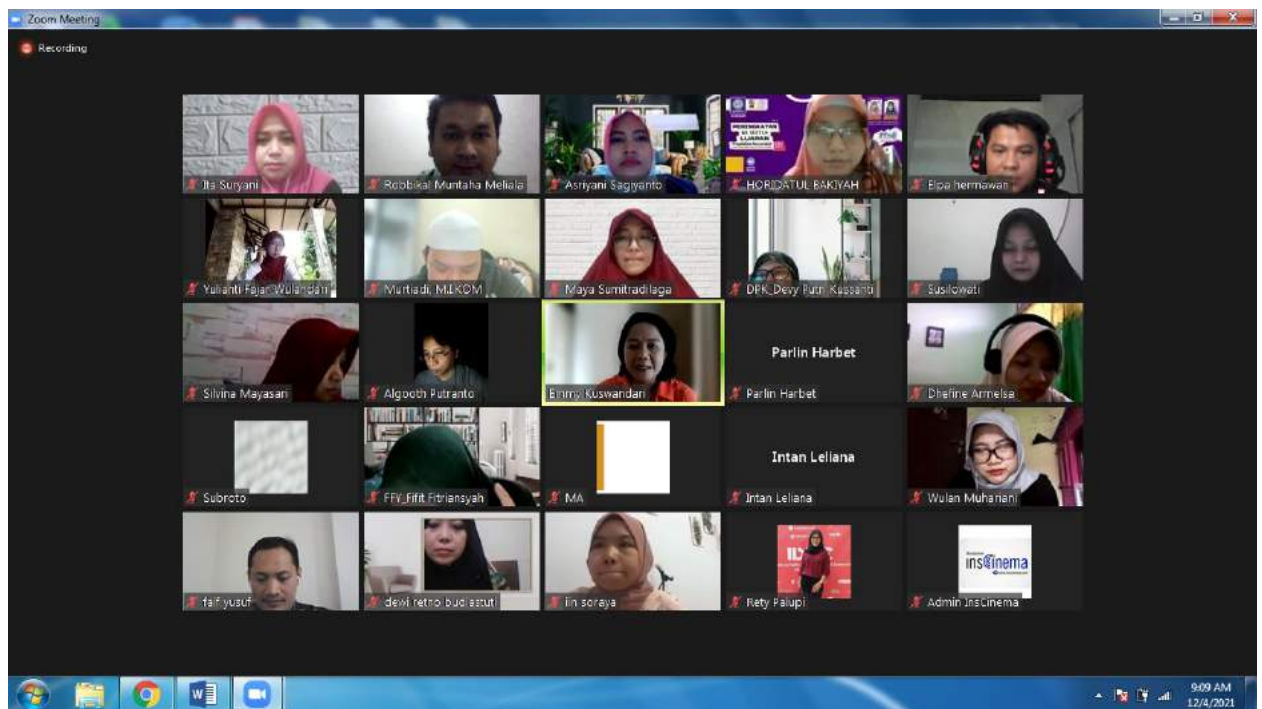
5. Setelah fungsi riset komunikasi sudah dilakukan, maka seorang public relations officer dituntut untuk dapat menciptakan suatu program komunikasi atau program kehumasan dengan memetakan isu sosial tertentu sebagai penguat latar belakang urgensi program komunikasi itu berlangsung. Ingat satu hal dalam Public Relations, bahwa keuntungan material bukan target utama dari public relations murni melainkan kepercayaan dan kesepahaman makna dengan publik-nya adalah esensi tujuan dari public relations. Marketing dengan Public Relations walau bagaimanapun tetap berbeda, jadi harus berhati-hati dalam menjalankan proses operasionalisasinya.
6. Media massa adalah stakeholder penting yang harus dijaga dan dibina oleh public relations officer. Berdasarkan sejarahnya saja, antara jurnalis dan public relations adalah adik kakak yang tak dapat dipisahkan begitu saja. Oleh karena itu, menjadi seorang public relations officer atau pranata humas yang baik dan profesional juga harus pandai menyikapi hubungan kita dengan teman teman media massa. Jadikan rekan rekan media massa sebagai teman sesungguhnya yang kita hampiri bukan hanya saat ada perlunya saja, tapi juga aktif dalam forum diskusi yang mereka buat bahkan dapat bergabung pada komunitas komunitas hobi atau olahraga yang melibatkan mereka. Ikatan emosional itu penting dibangun dengan menjadikan teman manusia seutuhnya.
7. Special Event (ajang khusus) kehumasan juga merupakan project yang menjadi tanggung jawab departemen kehumasan. Contoh dari special event yang dapat diinisiasi oleh public relations officer adalah merayakan hari jadi perusahaan dengan berbagai kegiatan positif seperti perlombaan olahraga, syukuran, perlombaan seni antar karyawan, family gathering dan lain-lain. Special event ini pun dapat ditujukan kepada publik eksternal juga, bukan hanya pada publik internal saja.
8. Agenda rutin dari perusahaan juga menjadi tanggung jawab dari public relations. Agenda rutin itu dapat berupa rapat, seminar, konferensi pers, lokakarya dan rapat umum pemegang saham (RUPS). Oleh karena itu, public relations harus pandai dalam berkonsep atau menjadi konseptor dan juga mengeksekusi kegiatan sebagai event organizer.
9. Sebagai juru bicara atau kepanjangan tangan perusahaan dalam menghadapi publik baik internal maupun eksternal, seorang public relations officer juga dituntut untuk piawai dalam public speaking. Kemampuan berbicara dalam menyampaikan pesan tepat makna dan positif kepada target khalayaknya. Salah satu bentuk kegiatan public speaking itu adalah melaksanakan master of ceremony (MC) atau presenter. Fungsi protokoler kehumasan dalam suatu organisasi ini juga akan menjadi tanggung jawab dari pranata humas dan public relations

officer.

10. Selain itu, seorang humas juga harus dapat profesional menangani kegiatan dokumentasi perusahaan. Tak jarang di instansi pemerintahan, peran humas lebih dititikberatkan pada fungsi in house journalist atau journalist residence yaitu fungsi kewartawanan khusus untuk meliput organisasinya sendiri pada majalah organisasi yang diterbitkan secara terbatas. Keahlian dalam menulis berita, mengabadikan gambar, foto memfoto, menyunting video dan merekam kegiatan secara audio visual dengan kamera maupun handy-cam juga merupakan atribut keahlian khusus yang sangat perlu dimiliki seorang humas. tips dan trick juga diberikan oleh tutor Emmy untuk menciptakan foto yang bercerita dengan baik. Maka dari itu, foto yang diproduksi jangan menggunakan konsep lama lagi dengan menunjukkan selalu aksentuasi *crowd* (keramaian) dari suatu kegiatan saja. Tapi cobalah untuk memproduksi foto yang bertutur cerita dengan objek khusus yang menggambarkan press release kita tanpa harus selalu menunjukkan sisi crowd (keramaian) dari acara itu terus.
11. Setelah Tutor Emmy Kuswandari IAPR, menjelaskan semua materinya dalam bentuk PPT sebanyak 48 halaman, Tutor menugaskan kepada setiap peserta untuk mengerjakan 7 tugas yang akan dikumpulkan hanya dalam waktu dua hari. Tugas tersebut merupakan representasi dari 7 SKNI yang sudah disebutkan penulis sebelumnya. Tugas ini juga merupakan pengumpulan portofolio yang dimiliki peserta sebelumnya saat menjadi praktisi humas atau saat menjalankan fungsi kehumasan dalam suatu organisasi.
12. Kegiatan pengumpulan tugas, presentasi, review tugas dilakukan peserta pada tanggal 12 Desember 2021 s.d 14 Desember 2021 melalui video zoom conference di waktu yang sama yaitu dimulai pada jam 09.00 WIB s.d 12.00 WIB.

Berikut adalah bukti kehadiran penulis dalam pelatihan public relations :





Recording

Remaining Meeting Time: 04:53

→



Emmy Kuswandari

- @emmykuswandari
 - 085890626060
 - emmy.kuswandari@gr

- Global Communication APP Sinar Mas
- BPP Perhumas
- The International Association of Facilitators (IAF)
- Gerakan Pakai Masker
- Yayasan Syair Kehidupan







Recording

→

CHALLENGES AHEAD

1. WANTED: People to RECOMMEND YOU !
2. MEDIA LANDSCAPE HAS CHANGED
3. MEDIA POPULAR NEWS | CLICK | TRENDS
4. SPEED | Not in Depth | NO VERIFICATION REQUIRED
5. AI Robotorial
6. CONTENTS OVERLOAD
7. HARD TO GET ATTENTION
8. GOOGLE & SOC MED - A Must!
9. EVERYTHING ON THE RECORD!



© Tito Sigimpor / Beritagar.id



KITA ADALAH MEDIA



"We're beginning to see the great power of public relations as a media producer and a media publisher."



You are viewing Emmy Kuswardani's screen

View Options



Proses Mengembangkan Strategi Komunikasi

RISET

1. ANALISA SITUASI
2. ANALISA ORGANISASI
3. ANALISA PUBLIK INTERNAL DAN EKSTERNAL

STRATEGI

1. MENENTUKAN GOALS DAN OBJECTIVE KOMUNIKASI
2. MEMFORMULASIKAN AKSI KOMUNIKASI (Prokatif atau Reaktif)
3. MENENTUKAN KOMUNIKASI YANG EFEKTIF

TAKTIK

1. MENENTUKAN TAKTIK KOMUNIKASI
2. IMPLEMENTASI RENCANA STRATEGIK
3. EVALUASI RENCANA STRATEGIK



Ronald D Smith, *Strategic Planning For Public Relations*, Lawrence Erlbaum Associates, 2002, USA, Hal 9-11



Leave

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Public Relations Officer merupakan pekerjaan atau profesi yang tak dapat dianggap mudah dan dipandang sebelah mata lagi. Perkembangan zaman dan era disrupsi yang terjadi juga mempengaruhi dinamika fungsi *public relations* dalam suatu organisasi. Kemampuan adaptif digital *public relations* adalah kunci untuk menghadapi publik yang juga makin berubah dalam berkomunikasi melalui media sosial. Fungsi *Public Relations Officer* kini bukan lagi dianggap sebagai kosmetik semata tapi jantung perusahaan seperti yang sudah dilakukan banyak perusahaan swasta nasional maupun multinasional selama ini.

Seorang *public relations officer* saat ini dituntut untuk kreatif. Kreatif dalam konteks ini bukan berarti hanya tampil berbeda tapi tak beraturan dan tak berencana. Esensi dari kegiatan kehumasan itu sendiri adalah kegiatan yang terorganisir dan terencana, bukan yang dilakukan dengan mendadak dan sembarangan. Fungsi riset komunikasi adalah kunci dalam eksplorasi kreativitas ini. Setelah itu, dilanjutkan dengan perancangan program komunikasi atau program kehumasan yang ditunjukkan dengan justifikasi anggaran dengan proposal.

Selain sebagai konseptor, seorang *public relations officer* juga harus dapat profesional dalam mengeksekusi acara. Ilmu *event organizer* juga perlu dimiliki seorang pranata humas. Menganalisis dan menjalin hubungan baik dengan media massa juga perlu dilakukan untuk menciptakan publikasi yang baik tentang perusahaan di mata publik. Menjalinkan hubungan baik dengan rekan rekan media massa dilakukan dengan memanusiakan manusia dan tidak datang hanya saat ada keperluan saja.

Public speaking juga merupakan kualifikasi khusus yang perlu dimiliki seorang humas, karena fungsi protokoler, juru bicara dan *master of ceremony* adalah tanggung jawab mereka dalam organisasi. Kemampuan menulis dan mendokumentasikan kegiatan dengan baik dan benar akan sangat diperlukan seorang *public relations* dalam melaporkan suatu kegiatan kepada manajemen perusahaan.

3.2 Saran

Saran yang dapat diajukan dari kegiatan ini adalah perlunya penambahan waktu dalam pengerjaan tugas secara individual, karena mempertimbangkan penulis dan banyak peserta lain juga karyawan dalam organisasi yang mempunyai pekerjaan rutin yang harus dilakukan secara bersamaan.

Saran bagi penyelenggara adalah diharapkan dapat membuat kegiatan pelatihan serupa dengan skema yang berbeda seperti marketing public relations atau pelayanan pelanggan dengan tutor lebih dari satu orang untuk lebih memperkaya wawasan peserta pelatihan.

SURAT TUGAS

4870/D.01/LPPM-UBSI/XII/2021

Tentang

Pelatihan Public Relations
11 - 14 Desember 2021
Lembaga Pelatihan Kerja InsCinema

TEMA :

Pelatihan Public Relations

Menimbang : 1. Bahwa perlu di adakan pelaksanaan Seminar dalam rangka Seminar.
2. Untuk keperluan tersebut, pada butir 1 (satu) di atas, maka perlu dibentuk Peserta Pelatihan.

MEMUTUSKAN

Pertama : Menugaskan kepada saudara
Robbikal Muntaha Meliala S.Sos, M.I.Kom

Kedua : Mempunyai tugas sbb:
Melaksanakan Tugas yang diberikan dengan penuh rasa tanggung jawab.

Ketiga : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Jakarta, 7 Desember 2021

LPPM Universitas Bina Sarana Informatika

Ketua



Taufik Baidawi, M.Kom

Tembusan

- Rektor Universitas Bina Sarana Informatika
- Arsip
- Ybs



Lembaga Pelatihan Kerja InsCinema

LPK License : 1/G.1/31.75.02.1006.02.062.C.1/3/-1.851.332/e/2021

Training Institution (LPK) InsCinema

Sertifikat

Certificate



Nomor Peserta: 111220210282

Participants's Number : 111220210282

Pelatihan Public Relations yang diselenggarakan pada tanggal 11 - 14 Desember 2021, menyatakan bahwa :

Public Relations Training held on December 11th - 14th, 2021, the undernamed awardee :

Robbikal Muntaha Meliala

Dinyatakan LULUS Pelatihan Public Relations dengan predikat SANGAT BAIK.

Is acknowledge to have successfully COMPLETED Public Relations Training with VERY GOOD grade.

Jakarta, 16 Desember 2021

Jakarta, Desember 16th, 2021

Lembaga Pelatihan Kerja InsCinema

Training Institution (LPK) InsCinema

Direktur

Director



Ballian Siregar, M.Si



Pelatihan Public Relations
Public Relations Training
Tutor : Emmy Kuswandari, IAPR

NO.	MATERI PEMBELAJARAN <i>Training Materials</i>	JUMLAH JAM <i>Hours</i>
1.	Pelatihan Public Relations <i>Public Relations Training</i>	10
2.	Tugas Mandiri <i>Independent Assignment</i>	15
3.	Presentasi dan Review <i>Presentation and Review</i>	5
Total Jam <i>Total Hours</i>		30