

**LAPORAN AKHIR  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN  
KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA  
MASYARAKAT**



**SOSIALISASI PERAN *PUBLIC RELATIONS* DAN PERS DALAM  
MENYIKAPI PERKEMBANGAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI**

Disusun oleh:

**Ketua Tim**

Roswita Oktavianti, S.Sos., M.Si. (NIDN: 0330108602/NIK: 10916002)

**Anggota:**

H.H. Daniel Tamburian, S.Sos., M.Si. (NIDN: 0316107305/ NIK: 10908027)

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Tarumanagara  
Jakarta  
2020

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
Periode 1 / Tahun 2020

1. Judul : Sosialisasi Peran *Public Relations* dan Pers dalam Menyikapi Perkembangan Teknologi Komunikasi
2. Nama Mitra PKM : Forum Jurnalis
3. Ketua Tim PKM
  - a. Nama dan gelar : Roswita Oktavianti, S.Sos., M.Si.
  - b. NIDN/NIK : 0330108602 / 10916002
  - c. Jabatan/gol. : Asisten Ahli
  - d. Program studi : Ilmu Komunikasi
  - e. Fakultas : Ilmu Komunikasi
  - f. Bidang keahlian : Ilmu Komunikasi
  - g. Alamat kantor : Jl. S. Parman No. 1 Grogol
  - h. Nomor HP/Telepon : 08197810445/ roswitao@fikom.untar.ac.id
4. Anggota Tim PKM
  - a. Jumlah anggota : Dosen 1 orang
  - b. Nama anggota 1/Keahlian : H.H. Daniel Tamburian, M.Si/ Ilmu Komunikasi
5. Lokasi Kegiatan Mitra
  - a. Wilayah mitra : Jakarta Pusat
  - b. Kabupaten/kota : Jakarta Pusat
  - c. Provinsi : DKI Jakarta
  - d. Jarak PT ke lokasi mitra : 9,3 km
6. Luaran yang dihasilkan : Jurnal/Prosiding
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : Periode 1 (Januari – Juni) 2020
8. Biaya Total :  
Biaya yang disetujui : Rp 8.500.000,-

Jakarta, 17 Juli 2020

Dekan Fakultas

  
  
Dr. Riris Lojsa, M.Si.  
NIDN/NIK: 0323016805/10907006

Mengetahui

Ketua Tim Pengusul

  
Roswita Oktavianti, S.Sos., M.Si.  
NIDN/NIK: 0330108602 / 10916002

Menyetujui,  
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat

  
  
Jap Tji Beng, Ph.D.  
NIDN/NIK: 0323085501 / 10381047

## RINGKASAN

Public Relations (PR) bertugas menjadi jembatan antara perusahaan dengan publik. Salah satu publik dari PR adalah media massa atau jurnalis. Saat Pandemi Covid-19, kerja PR dan jurnalis mengalami transformasi. Aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar dan Normal Baru membuat kegiatan PR yang biasanya menghadirkan massa dan jurnalis dalam jumlah besar sementara tidak bisa diselenggarakan. Komunikasi dengan publik melalui jurnalis beralih dari komunikasi tatap muka menjadi komunikasi dalam jaringan (daring). Eksekutif perusahaan dan PR menggunakan teknologi komunikasi video konferensi untuk saling berkomunikasi. Tim Pengabdian kepada Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara melakukan diskusi interaktif dengan para jurnalis mengenai kinerja PR dalam menciptakan publisitas di tengah wabah virus corona. Diskusi dilakukan secara tatap muka pada 7 Juli 2020 di Jakarta Pusat, di mana pemerintah telah menerapkan aturan Normal Baru. Dari hasil diskusi, kegiatan PR secara daring memiliki kelemahan baik secara teknis maupun kemasan acara. Namun, sebagian besar jurnalis masih mengharapkan PR melakukan komunikasi secara daring dengan menggunakan platform konferensi video di tengah pandemi COVID-19. Jurnalis memiliki harapan yang berbeda-beda dalam penyelenggaraan kegiatan konferensi video di saat pandemi. Harapan tersebut terkait aplikasi yang digunakan, waktu penyelenggaraan, durasi, peserta, dan kemasan acara. Jika wabah belum berlalu dan kegiatan PR sudah beralih menjadi tatap muka kembali. Jurnalis berharap kegiatan dilakukan dengan protokol kesehatan yang ketat.

Kata kunci: *public relations*, jurnalis, teknologi komunikasi

## PRAKATA

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan YME karena kami bisa melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di tengah kondisi pandemi Covid-19. Semua ini dilakukan sebagai bentuk menjalankan kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Pelaksanaan dan penyusunan laporan pengabdian kepada masyarakat ini dibantu dan didukung oleh banyak pihak. Dalam hal ini, kami selaku tim pengabdian dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat atas terselenggaranya penelitian ini, yaitu:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara yang telah menyediakan dukungan dana di tengah kondisi perekonomian yang sulit, semata-mata agar dosen tetap bisa menjalankan kewajibannya dengan baik.
2. Para jurnalis selaku mitra pengabdian yang bersedia hadir dalam komunikasi tatap muka dan bersedia mengikuti protokol kesehatan selama berada di lokasi kegiatan.

Tim pengabdian berharap semoga laporan ini tidak hanya berguna bagi para akademisi dan peneliti dalam pengembangan Ilmu Komunikasi, tetapi juga khususnya praktisi *public relations*.

Jakarta, 15 Juli 2020

Roswita Oktavianti, M.Si  
Ketua Tim Pengabdian

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	.....	1
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	.....	2
<b>RINGKASAN</b>	.....	3
<b>PRAKATA</b>	.....	4
<b>DAFTAR ISI</b>	.....	5
<b>DAFTAR TABEL, DAFTAR GAMBAR, LAMPIRAN</b>	.....	6
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	.....	7
1.1. Analisis Situasi	.....	7
1.2. Permasalahan Mitra	.....	10
<b>BAB 2. SOLUSI DAN LUARAN</b>	.....	11
2.1. Solusi Permasalahan	.....	11
2.2. Luaran Kegiatan	.....	12
<b>BAB 3. METODE PELAKSANAAN</b>	.....	13
3.1. Langkah langkah	.....	13
3.2. Partisipasi Mitra	.....	14
3.3. Kepakaran dan Tugas Tim	.....	14
<b>BAB 4. HASIL DAN LUARAN</b>	.....	15
4.1. Deskripsi jurnalis peserta sosialisasi	.....	15
4.2. Sosialisasi dalam bentuk diskusi interaktif	.....	15
4.3. Hasil diskusi interaktif	.....	16
4.4. Pembahasan	.....	28
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	32
5.1. Kesimpulan	.....	32
5.2. Saran	.....	32
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	33
<b>LAMPIRAN</b>	.....	34

## DAFTAR TABEL

TABEL 4.1	.....	17
TABEL 4.2	.....	18
TABEL 4.3	.....	19
TABEL 4.4	.....	20
TABEL 4.5	.....	21
TABEL 4.6	.....	22
TABEL 4.7	.....	23
TABEL 4.8	.....	23
TABEL 4.9	.....	27
TABEL 4.10	.....	27

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	.....	9
GAMBAR 4.1	.....	16

## DAFTAR LAMPIRAN

Surat Tugas  
Lembar Monev  
Daftar Hadir Peserta  
Draft Publikasi

## BAB I. PENDAHULUAN

### 1.1 Analisis Situasi

Public Relations (PR) bertugas menjadi jembatan antara perusahaan dengan publik. Salah satu publik dari PR adalah media massa atau jurnalis. PR dan pers memiliki hubungan saling membutuhkan atau simbiose mutualisme. Pers membutuhkan PR sebagai sumber informasi pertama suatu organisasi, di sisi lain PR selaku juru bicara institusi membutuhkan pers untuk menyampaikan kinerja dan reputasi organisasi (Baik, 2007). Hubungan pers dan PR, sesuai dengan definisi Jepkins, yakni suatu kegiatan untuk mencapai publikasi atau penyiaran berita semaksimal mungkin, sedangkan informasi yang disebarkan melalui PR adalah untuk menciptakan pengenalan dan pengertian (Ruslan, 2010).

Pandemi *coronavirus disease* 2019 (COVID-19) telah mengubah kerja PR dan jurnalis. Penerapan jarak sosial fisik (*physical social distancing*) tidak memungkinkan komunikasi dilakukan secara konvensional. Salah satu tolak ukur keberhasilan kegiatan PR yaitu keberhasilan menghadirkan massa dan jurnalis dalam jumlah besar. Dalam arti menghasilkan publisitas. Publisitas atau *media relations* berarti memperoleh peliputan media melalui rilis berita (*news release*), konferensi pers (*press conference*), dan bahan-bahan lainnya. Pelopor sekaligus praktisi PR Ivy Ledbetter Lee menyatakan, perusahaan harus terbuka terhadap publik dan media dalam menyampaikan berita baik maupun buruk. Perusahaan bisnis harus menyampaikan informasi secara jujur, akurat dan terbuka untuk mendapatkan perhatian dan dukungan publik (Straubhaar, LaRose, & Lucinda, 2012).

Namun, di tengah aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Normal Baru (*New Normal*), kegiatan tersebut sementara tidak bisa diselenggarakan secara tatap muka. Komunikasi dengan publik melalui jurnalis kemudian beralih menjadi komunikasi dalam jaringan (*daring*). Menurut Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI), sebuah badan layanan umum di bawah Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, komunikasi *daring* berarti komunikasi dengan menggunakan internet baik dilakukan secara bersamaan melalui media perantara ataupun pada saat yang berbeda (<https://www.baktikominfo.id>, 2019).

Survei yang dilakukan Imogen Communications Institute pada 1 April – 15 April 2020 menunjukkan bahwa dengan kebijakan *work from home*, komunikasi pada

publik tidak bisa lagi dilakukan secara konvensional atau tatap muka melalui konferensi pers. PR perlu menggunakan media digital dan media sosial untuk menyampaikan informasi kepada publiknya (Imogen, 2020). Seorang PR perlu membuat keputusan tentang kesesuaian strategi media tertentu dan relevansinya terhadap saluran dan program yang berbeda (Brown, 2009).

Di sisi lain, pada era perkembangan teknologi komunikasi, proses peliputan yang dilakukan jurnalis berubah. Sejumlah penelitian tentang penggunaan teknologi jurnalis menunjukkan perbedaan proses pengumpulan berita. Di Indonesia, tahun 1990an, jurnalis menggunakan teknologi berupa alat perekam (*tape recorder*), mesin cetak, dan kertas. Dua dekade setelah itu, jurnalis memanfaatkan jaringan komunikasi termediasi teknologi dalam proses peliputan berita seperti email, *mailing-list*, grup pesan instan (Oktavianti & Irwansyah, 2016). Penelitian yang dilakukan di Inggris pada tahun 2013, sebagian besar koresponden tidak memiliki kantor. Hampir semua bekerja di rumah hanya dengan meja dan koneksi internet nirkabel. Munculnya komunikasi instan, internet, dan media sosial menawarkan berbagai macam sumber informasi kepada jurnalis (Archetti, 2013).

Kemajuan teknologi telah mengubah produksi komunikasi, distribusi, penyampaian dan penyimpanannya. Banyak pihak mengakui bahwa teknologi media baru telah mengubah cara PR dijalankan, kecepatan perubahan membuat PR mau tidak mau harus mengikutinya. Di kalangan profesional PR, kemajuan teknologi melalui e-mail dan akses informasi real-time melalui internet telah mempengaruhi cara kerja mereka (Cutlip, Center, & Broom, 2009). Perubahan teknologi dan bagaimana jurnalis mengumpulkan berita ini perlu disikapi oleh PR perusahaan atau organisasi. PR erat hubungannya dengan media massa. Semua organisasi merencanakan hubungan dengan media sebagai bagian dari keseluruhan kebijakan PR (Oliver, 2001). Perkembangan media massa membawa tantangan dan peluang tersendiri bagi PR. Masalah akan timbul jika PR tidak mampu merancang proses komunikasi yang baik dengan media. Akibatnya, kegiatan PR tidak mendapat dukungan dari media (Gani, 2015).

Di tengah kondisi Pandemi COVID-19, eksekutif perusahaan dan PR menggunakan teknologi komunikasi video konferensi untuk saling berkomunikasi. Seminar dengan menghadirkan jurnalis dan konferensi pers saat ini sebagian besar dilakukan secara daring untuk mencegah penularan virus corona. Dalam hal ini kerja PR beralih menjadi PR Digital. PR Digital adalah penerapan dari perangkat ICT

(*Information and Communication Technologies*) yang digunakan untuk keperluan tugas PR (Darmastuti, 2007). Namun, komunikasi secara digital ini memiliki keterbatasan dibanding komunikasi tatap muka. Begitupula dengan seminar dan konferensi pers daring yang dilakukan oleh PR memiliki keterbatasan.



Gambar 1.1 Jurnalis Bidang Industri berkumpul bersama untuk mendiskusikan sejumlah isu

Oleh karena itu, tim pengabdian melakukan diskusi interaktif untuk mengetahui persoalan yang dihadapi selama diterapkannya kebijakan bekerja dari rumah (*work from home*). Pembahasan sejumlah isu dalam lingkungan media massa dan jurnalis biasanya dilakukan oleh Aliansi Jurnalis Independen (AJI) dengan mengundang perwakilan pembaca, *influencer*, praktisi humas dan pemerhati media. Diskusi dilakukan misalnya untuk mengetahui bagaimana para *stakeholder* menyikapi pemberitaan media online (Margianto & Syaefullah, 2012).

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini, dosen Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara menyelenggarakan kegiatan sosialisasi dalam bentuk diskusi interaktif kepada jurnalis dalam menyikapi perkembangan teknologi komunikasi khususnya saat wabah virus corona. Praktisi PR perlu memahami peran informasi, berbagai media dan persyaratan produksinya, dan nilai yang dianut oleh awak media yang mengontrol pers (Cutlip, Center, & Broom, 2009).

Awalnya diskusi akan dilakukan secara serentak atau bersamaan sehingga tim pengabdian menyebutnya sebagai salah satu bentuk sosialisasi peran PR dan jurnalis.

Namun kondisi pandemi tidak memungkinkan dilaksanakannya pertemuan dengan jurnalis secara bersamaan, maka diskusi dilakukan dalam empat sesi.

## **1.2 Permasalahan Mitra**

Dari identifikasi data dan hasil riset yang dipaparkan di atas, terdapat beberapa permasalahan berikut ini:

- a. Pandemi Covid-19 telah mengubah kerja jurnalis
- b. PR perlu mengetahui proses kerja jurnalis di lapangan dan di dalam ruang redaksi di saat pandemi
- c. PR perlu mengetahui bagaimana menyampaikan informasi secara efektif kepada jurnalis di saat pandemi

## BAB II. SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

### 2.1 Solusi Permasalahan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara ini untuk meningkatkan pemahaman jurnalis tentang peran *public relations*, memberi informasi kepada praktisi PR tentang proses kerja jurnalis yang berubah di saat pandemic, serta menambah pemahaman dan pengetahuan tim pengabdian sebagai akademisi PR terkait proses produksi berita di tengah pandemi.

Sosialisasi dilakukan dengan cara:

- a. Memperkenalkan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara
- b. Diskusi dan *sharing* oleh dosen dengan memberikan pemahaman tentang peran, tugas dan tanggung jawab PR disertai contoh kasus, kepada para jurnalis
- c. Berbagi pengalaman oleh jurnalis terkait proses peliputan di saat Pandemi Covid-19
- d. Tim pengabdian bertanya kepada jurnalis.

Sosialisasi diharapkan mampu meningkatkan pemahaman jurnalis dan tim pengabdian selaku akademisi PR tentang hubungan kedua profesi yang saling membutuhkan. Dengan demikian mampu menjawab permasalahan.

Efektivitas sosialisasi ini diketahui dari:

- a. diskusi dengan para jurnalis untuk mengevaluasi kegiatan sosialisasi
- b. evaluasi tim pengabdian.

## 2.2 Luaran Kegiatan PKM

**Tabel 2.1 Luaran Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat**

No	Luaran Wajib	Tahun Capaian	Status Capaian
1.	Makalah yang akan didiseminasikan pada kegiatan Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat 2020 yang diadakan oleh LPPM Untar	2020	Terpublikasi
2.	Poster pada kegiatan <i>Research Week</i> oleh LPPM Untar	2020	Terpublikasi
3.	Peningkatan level keberdayaan mitra	2020	Kualitas: para jurnalis memiliki pemahaman tentang peran PR. Sebaliknya tim pengabdian selaku akademisi PR mendapatkan informasi dari jurnalis terkait proses kerja dan teknologi komunikasi yang digunakan dalam peliputan di saat pandemi.
4.	Jurnal atau Prosiding	2021	Terpublikasi

## **BAB III. METODE PELAKSANAAN**

### **3.1 Langkah-langkah/ Tahapan Pelaksanaan**

#### **a. Tahap Persiapan**

- 1) Tim pengabdian kepada masyarakat mencari mitra yakni jurnalis yang mengkoordinir rekan-rekannya untuk hadir dalam kegiatan sosialisasi dalam bentuk diskusi. Jurnalis yang bersedia hadir yakni enam (6) orang yang merupakan jurnalis media online, media cetak, media online dan media cetak.
- 2) Setelah masalah dipetakan, dilakukan studi pustaka untuk pembuatan proposal.
- 3) Kegiatan sosialisasi dilakukan di Common Ground, Mal FX Senayan yang berada pada radius < 200 km dari Universitas Tarumanagara. Mal tersebut dipilih karena menetapkan protokol kesehatan yang ketat bagi pengunjung (registrasi dan pelacakan, kebersihan, jarak sosial, dll). Kafe tersebut juga terletak di pusat kota sehingga memudahkan jurnalis yang berdomisili di berbagai area di Jakarta untuk mencapai lokasi acara.
- 4) Tim pengabdian kepada masyarakat menghubungi koordinator acara sebelum sosialisasi dilakukan. Koordinator acara yang juga jurnalis memastikan kesediaan jurnalis lain untuk hadir. Kegiatan dilaksanakan pada hari Selasa, 7 Juli 2020, setelah selesai penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Jakarta atau pada saat pemerintah menerapkan New Normal. Diskusi dilakukan secara bergilir maksimal 2 jurnalis dalam satu sesi. Dengan demikian, kegiatan ini tetap mengikuti aturan dari pemerintah.
- 5) Materi sosialisasi disiapkan bersumber dari proposal dan isu terkini.
- 6) Tim pengabdian kepada masyarakat berkoordinasi, namun pada kegiatan kali ini belum bisa mengikutsertakan mahasiswa untuk kegiatan di luar dikarenakan kondisi pandemi.

#### **b. Tahap Pelaksanaan**

- 1) Tim pengabdian kepada masyarakat memperkenalkan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara kepada peserta
  - 2) Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan diskusi dan *sharing* dengan memberikan pemahaman tentang peran, tugas dan tanggung jawab PR disertai contoh kasus. Sebaliknya, jurnalis berbagi pengalaman terkait proses peliputan di tengah pandemi.
- c. Tahap Evaluasi dan Pelaporan
- 1) Diskusi dengan para jurnalis untuk mengevaluasi kegiatan sosialisasi
  - 2) Transkrip hasil diskusi, *coding*, dan menyusun laporan akhir kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara,
  - 3) Melakukan diseminasi lalu dipublikasikan di prosiding atau jurnal.

### 3.2 Partisipasi Mitra dalam kegiatan PKM

Mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat yakni Forum Wartawan.

- a. Mitra menyediakan audiens/peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat
- b. Mitra berbagi pengalaman, opini, kritik dan saran yang membangun.

### 3.3 Kepakaran dan Pembagian Tugas Tim

- a. Ketua Tim : Roswita Oktavianti, S.Sos, M.Si.

Dosen pengampu pada mata kuliah Teori Komunikasi dan Strategi Perencanaan *Public Relations*. Ketua tim bertugas mengidentifikasi masalah, menghubungi mitra, melakukan observasi, menyusun proposal, memimpin jalannya diskusi interaktif, melakukan evaluasi, menyusun laporan kegiatan, melakukan diseminasi dan penulisan artikel di jurnal atau prosiding.

- b. Anggota : H.H. Daniel Tamburian, S.Sos, M.Si.

Dosen pengampu pada mata kuliah *Corporate Social Responsibility* dan *Cyber Public Relations*. Anggota tim bertugas mengidentifikasi masalah, menyusun proposal, memperkenalkan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, melakukan diskusi interaktif, menjawab pertanyaan peserta, melakukan evaluasi, menyusun laporan kegiatan, melakukan diseminasi dan penulisan artikel di jurnal/prosiding.

## **BAB IV. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI**

### **4.1 Deskripsi Jurnalis Peserta Sosialisasi**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berupa sosialisasi dilakukan pada enam (6) jurnalis yakni jurnalis media online, jurnalis media cetak, serta jurnalis media cetak sekaligus media online. Berikut ini data jurnalis yang menghadiri kegiatan pengabdian kepada masyarakat:

1. Lona Olavia, jurnalis Harian Suara Pembaruan
2. Ridho Syukra, jurnalis Harian Investor Daily sekaligus investor.id
3. Citro Atmoko, jurnalis kantor berita Antara
4. Eva Martha Rahayu, jurnalis Majalah Swa sekaligus swa.co.id
5. Thomas, jurnalis Liputan6.com
6. Andy Dwijayanto, jurnalis Harian Kontan sekaligus Kontan.co.id

### **4.2 Sosialisasi dalam Bentuk Diskusi Interaktif**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat “Sosialisasi Peran *Public Relations* dan Pers dalam Menyikapi Perkembangan Teknologi Komunikasi” ini dilakukan pada hari Selasa, 7 Juli 2020, setelah selesai penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Jakarta atau pada saat pemerintah menerapkan aturan *New Normal*. Kegiatan sosialisasi dilakukan di Common Ground, Mal FX Senayan, Jakarta Pusat, yang berada pada radius < 200 km dari Universitas Tarumanagara. Mal tersebut dipilih karena menetapkan protokol kesehatan yang ketat bagi pengunjung (registrasi dan pelacakan, kebersihan, jarak sosial, dll). Kafe tersebut juga terletak di pusat kota sehingga memudahkan jurnalis yang berdomisili di berbagai area di Jakarta untuk mencapai lokasi acara.

Tim pengabdian melakukan wawancara sebanyak 4 (empat) sesi dengan maksimal 2 jurnalis dalam satu sesi. Sesi pertama dimulai pada pukul 11.00 – 12.30 berupa diskusi interaktif dengan Lona dan Ridho yang sama-sama berada dalam satu grup perusahaan namun berbeda media. Sesi kedua dimulai pada pukul 13.00 – 14.30 dengan jurnalis Citro dan Eva. Sesi ketiga dimulai pada pukul 14.30 – 16.30 dengan jurnalis Thomas. Sesi keempat dimulai pada pukul 16.00 – 17.30 dengan jurnalis Andy.



*Gambar 4.1 Tim pengabdian kepada masyarakat, Roswita Oktavianti dan Daniel Tamburian melakukan diskusi interaktif dengan 6 (enam) jurnalis secara bergilir sebanyak empat sesi, di FX Senayan, Jakarta Pusat, Selasa, 2 Juli 2020 pukul 11.00 hingga 17.30 WIB.*

### **4.3 Hasil diskusi interaktif dengan jurnalis**

Pada saat diskusi ini dilakukan, Selasa 7 Juli 2020, seluruh jurnalis bekerja dari rumah (*work from home/WFH*) sesuai instruksi dari perusahaan. Lona dari Harian Suara Pembaruan dan Ridho dari Harian Investor Daily yang merupakan reporter, memulai WFH pada pertengahan Maret 2020. Eva dari Majalah Swa sebagai redaktur juga menulis, mengedit, dan menayangkan berita dari rumah karena tidak diperbolehkan bekerja di ke kantor. Thomas dari Liputan6.com bahkan baru keluar dari rumah pada saat diskusi ini dilakukan. Menurut Thomas, awalnya terdapat sistem piket di kantor, namun karena sebagian besar reporter dan redaktur menggunakan kereta sebagai sarana transportasi umum dan memiliki anak kecil di rumah, maka hanya atasan (redaktur pelaksana) yang bertugas di kantor sedangkan seluruh reporter dan redaktur bekerja dari rumah. Sementara itu, Andi dari Harian Kontan juga WFH namun karena bekerja di media cetak, redaksi menerapkan sistem piket yaitu kehadiran dua kali dalam satu bulan untuk reporter dan redaktur. Sedangkan, pemimpin redaksi dan redaktur pelaksana tetap hadir setiap hari.

### 4.3.1 Konferensi Pers Daring oleh PR Saat Pandemi Covid-19

Di tengah kondisi Pandemi Covid-19, konferensi pers yang dilakukan oleh perusahaan atau *public relations* sebagian besar dilakukan dalam jaringan (daring) atau terhubung melalui perangkat elektronik.

**Tabel 4.1 Bentuk Konferensi Pers yang sebaiknya diselenggarakan oleh PR dalam kondisi Pandemi Covid-19**

	Frekuensi	Alasan
Virtual ( <i>Online</i> )	5	Lebih aman, menghemat waktu, bisa sembari mengerjakan aktivitas lain atau menghadiri konferensi pers lain
Tatap muka ( <i>Offline</i> )	1	Bisa memperoleh <i>angle</i> berita yang baru dan sesuai dengan keinginan wartawan
Total	6	

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa sebagian besar jurnalis memilih konferensi pers di tengah pandemi dilakukan secara *online* walaupun pemerintah menerapkan kebijakan Normal Baru (*New Normal*). Alasan jurnalis lebih cenderung menghadiri konferensi pers *online* yaitu lebih aman atau mencegah tertular virus, menghemat waktu, serta bisa melakukan aktivitas di rumah lainnya. Bahkan jurnalis juga bisa menghadiri lebih dari satu konferensi pers sekaligus.

Sementara itu, satu jurnalis, Andi dari Harian Kontan lebih menyukai konferensi pers tatap muka dengan syarat diberlakukan protokol kesehatan yang ketat seperti *rapid test* terlebih dahulu. Sebagai jurnalis media cetak dan media online di bidang ekonomi, Andi memiliki topik berita yang berbeda dari jurnalis lain. Sementara konferensi pers online tidak memungkinkan untuk bertanya langsung kepada narasumber berita karena keterbatasan waktu. Sementara, informasi dalam konferensi pers hanya memungkinkan jurnalis membuat berita yang sudah diatur oleh perusahaan/PR. Selain itu, jurnalis juga tidak bisa melakukan *doorstop* atau bertanya langsung setelah acara.

**Tabel 4.2 Media/Aplikasi yang paling disukai dalam Penyelenggaraan Konferensi Pers Daring oleh PR**

	Frekuensi	Alasan
Zoom Meeting	6	Lebih mudah diakses di PC, tablet, dan ponsel ( <i>friendly</i> ); ketika diakses di ponsel bisa melakukan aktivitas lain di ponsel yang sama (mengetik berita); bisa berinteraksi dengan narasumber; lebih praktis dan ringan.
Youtube Live Streaming	-	Tidak bisa bertanya secara langsung, dan tidak bisa melakukan aktivitas lain di dalam ponsel yang sama. Lebih baik dikombinasikan dengan Zoom Meeting
Live Instagram	-	Kegiatan hanya terbatas 1 jam
Microsoft Teams, Google Meet, Skype, Cisco Webex, Adobe Connect, dll	-	
Total	6	

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa seluruh jurnalis memilih Zoom Meeting sebagai platform konferensi video yang paling nyaman digunakan oleh PR saat konferensi pers. Para jurnalis mengatakan bahwa sebagian besar perusahaan atau PR perusahaan menyelenggarakan konferensi pers daring menggunakan Zoom Meeting ketimbang platform konferensi video lainnya.

Para jurnalis mengunduh aplikasi Zoom di ponsel saat penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), atau saat perusahaan memberlakukan aturan bekerja dari rumah (*work from home*). Zoom dianggap lebih mudah diakses melalui PC, tablet, dan ponsel atau lebih *friendly*. Zoom juga bisa diakses di ponsel sembari pengguna melakukan aktivitas lain di ponsel tersebut seperti mengetik berita, melihat bahan berita, dan menghadiri konferensi pers lainnya di perangkat yang berbeda. Konferensi pers menggunakan Zoom juga lebih interaktif (komunikasi dua arah) ketimbang Youtube Live karena memungkinkan peserta untuk bertanya, mengkonfirmasi atau mengklarifikasi pernyataan narasumber baik secara langsung ataupun melalui kolom percakapan (*chat*). Aplikasi Zoom juga dinilai lebih praktis dan ringan. Namun demikian, Ridho dari Investor Daily mengatakan bahwa Zoom juga memiliki kelemahan yaitu banyak menghabiskan atau menyedot kuota internet. Andi dari Harian Kontan juga sempat khawatir dengan pemberitaan keamanan data pribadi pengguna Zoom yang rentan diretas.

Ridho dari Harian Investor Daily dan Lona dari Harian Suara Pembaruan menyukai penggunaan Zoom yang dikoneksikan dengan Youtube Live Streaming dalam konferensi pers, atau menggunakan Zoom namun setelah itu rekaman ditayangkan pada akun Youtube perusahaan. Dengan demikian, ketika jurnalis tertinggal dengan informasi di konferensi pers langsung, masih bisa menyetel atau mendengarkan kembali siaran ulang di Youtube. Cara ini sudah banyak digunakan oleh PR perusahaan.

Jika hanya menggunakan Youtube, Lona mengatakan kesulitan melakukan hal lain ketika melihat konferensi pers di ponsel seperti menulis berita. Andi dari Harian Kontan menyebutkan dengan Youtube Live Streaming, jurnalis tidak bisa bertanya langsung pada narasumber saat konferensi pers. Pertanyaan hanya bisa disampaikan dengan cara mengetik pada kolom percakapan (*chat*). Sementara itu, Eva dari Majalah Swa mengatakan pernah mengikuti konferensi pers dengan Instagram Live, namun durasi hanya terbatas 1 jam.

**Tabel 4.3 Waktu yang Disukai Jurnalis dalam Penyelenggaraan Konferensi Pers Daring oleh PR**

	Frekuensi	Alasan
Pukul 8 - 10	-	Terlalu pagi masih ada peserta yang belum bangun tidur
Pukul 10 - 12	5	Kondisi tubuh masih segar, di sela-sela isu/berita rutin yang harus ditulis
Pukul 13 - 15	1	masih ada berita hari sebelumnya atau berita malam/subuh yang harus ditulis
Pukul 15 - 17	-	Terlalu sore mendekati waktu <i>deadline</i> , mengerjakan pekerjaan rumah tangga
Total	6	

Tabel 4.3 menunjukkan waktu penyelenggaraan konferensi pers daring yang disukai oleh jurnalis yaitu pukul 10.00 hingga pukul 12.00 WIB. Para jurnalis menganggap pada waktu tersebut kondisi tubuh masih segar. Selain itu, pada pagi hari jurnalis juga telah memiliki berita rutin yang harus ditulis. Citro Atmoko dari Antara yang bertugas di bidang ekonomi khususnya di Bursa Efek Indonesia, sudah memiliki berita rutin yang harus ditulis setiap pagi yaitu pembukaan pasar saham. Oleh karena itu, konferensi pers pukul 10.00 dinilai sebagai waktu yang paling tepat. Selanjutnya, jurnalis juga memilih konferensi pers dilaksanakan pukul 13.00 WIB atau setelah

makan siang. Thomas dari Liputan6.com yang merupakan jurnalis olahraga juga sudah memiliki berita yang harus ditulis pada pagi hingga siang hari seperti pertandingan/kompetisi olahraga yang berlangsung atau selesai pada tengah malam atau subuh dan harus dilaporkan pagi/siang hari. Thomas juga menilai jika konferensi pers dilakukan terlalu pagi, beberapa jurnalis olahraga masih belum bangun dari tidur.

Sebaliknya jika konferensi pers dilakukan sore hari, Ridho dari Harian Investor Daily menyatakan bahwa pada waktu tersebut jurnalis sudah harus melaporkan atau menulis berita (mendekati *deadline*). Eva dari Majalah SWA menganggap konferensi pers yang dilakukan pada sore hari tidak nyaman bagi ibu rumah tangga yang harus menyelesaikan pekerjaan rumah. Andi dari Harian Kontan mengatakan bahwa pada sore hari konferensi pers yang digelar biasanya lebih mengarah pada informasi-informasi ringan seperti peluncuran produk. Menurut Andi, perusahaan/PR biasanya memahami kesibukan jurnalis meliput berita pada pagi dan siang hari dengan informasi yang lebih penting. Oleh karena itu, agar jurnalis tetap bisa meliput konferensi pers dengan informasi yang lebih ringan, kegiatan biasanya dilakukan pada sore hari.

**Tabel 4.4 Durasi yang disukai Jurnalis dalam Penyelenggaraan Konferensi Pers Daring oleh PR**

	Frekuensi	Alasan
1 jam – 1,5 jam	4	paparan narasumber dengan sesi tanya jawab yang dibatasi, paparan narasumber dengan sesi tanya jawab lewat kolom <i>chat</i> , paparan narasumber dengan sesi tanya jawab lewat kolom <i>chat</i> dan sisanya melalui email.
2 jam	2	
>2 jam	-	membosankan ( <i>boring</i> ), capek, menyedot/menghabiskan kuota atau paket data internet
Total	6	

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa jurnalis menyukai durasi konferensi pers yang tidak terlalu lama antara 1 jam hingga 1,5 jam. Empat jurnalis memilih durasi tersebut dengan rincian acara yang lebih ringkas yakni: paparan narasumber dengan sesi tanya jawab (pertanyaan langsung dari peserta) yang dibatasi, paparan narasumber dengan sesi tanya jawab hanya melalui kolom percakapan (*chat*), paparan narasumber dengan sesi tanya jawab lewat kolom *chat* dan sisanya melalui email. Konferensi pers

mencapai 2 jam atau bahkan melebihi 2 jam dianggap, membosankan, melelahkan, dan banyak menghabiskan kuota internet. Bahkan, menurut Eva dari Majalah Swa, jika konferensi pers terlalu lama akan cenderung membuat jurnalis melakukan kegiatan lain.

**Tabel 4.5 Sesi Tanya Jawab dalam Penyelenggaraan Konferensi Pers Daring oleh PR**

	Frekuensi	Alasan
Bertanya langsung	2	moderator harus membatasi pertanyaan
Melalui kolom percakapan ( <i>chat</i> )	2	lebih cepat, tidak ada gangguan audio, tidak ada salah bicara, lebih jelas
Bertanya langsung & <i>chat</i>	2	jika pertanyaan pada kolom <i>chat</i> dipotong maka bisa bertanya langsung, tanya jawab langsung dibatasi sisanya melalui <i>chat</i> dan email
Total	6	

Tabel 4.5 menunjukkan bentuk sesi tanya jawab dalam konferensi pers daring yang disukai jurnalis. Jurnalis Harian Investor Daily Ridho dan jurnalis Harian Kontan Andi lebih memilih sesi tanya jawab langsung di mana jurnalis bisa bertanya secara langsung kepada narasumber dengan menghidupkan mikrofon. Namun moderator harus membatasi pertanyaan. Menurut Andi, jika pertanyaan hanya diberikan melalui kolom komentar maka narasumber hanya menjawab pertanyaan yang sesuai dengan tujuan perusahaan (sudah diatur), tanpa mempertimbangkan kebutuhan berita jurnalis. Padahal PR perusahaan harus memahami bahwa pada saat mengundang jurnalis dengan spesifikasi isu media yang berbeda-beda maka jurnalis tersebut memiliki kebutuhan berita dengan *angle* yang berbeda-beda pula.

Jurnalis dari Harian Suara Pembaruan Lona dan Majalah Swa Eva lebih memilih sesi tanya jawab dengan menggunakan *chat*. Dengan menyampaikan pertanyaan melalui kolom *chat* maka konferensi pers akan lebih cepat selesai atau hanya 1 jam. Sementara menurut Eva, melalui kolom *chat* maka bisa menghindari masalah teknis seperti audio penanya yang terganggu, salah bicara, dan video tidak siap. Pada saat bertanya, penanya menghidupkan fitur video. Namun seringkali jurnalis tidak ingin menampilkan wajahnya/menghidupkan video.

Citro, jurnalis dari Antara dan Thomas dari Liputan6.com memilih sesi tanya jawab dilakukan secara langsung dan melalui *chat*. Menurut Citro, jika hanya melalui

*chat*, moderator atau *host* seringkali memotong pertanyaan. Sementara jika pertanyaan disampaikan langsung akan lebih jelas. Citro memilih kedua fitur tergantung pada narasumber yang hadir. Sementara Thomas memilih sesi tanya jawab secara langsung dan adapula melalui kolom *chat*, namun jika tidak selesai dijawab melalui email.

**Tabel 4.6 Piranti yang digunakan Jurnalis dalam Konferensi Pers Daring yang diselenggarakan oleh PR**

	Frekuensi	Alasan
Telepon seluler	3	Lebih mudah memotret ( <i>screenshot</i> ) materi, bisa melakukan kegiatan lain, lebih santai, lebih efisien
Telepon Seluler & Laptop	2	Informasi/berita penting/durasi lama menggunakan laptop sedangkan berita ringan/durasi pendek menggunakan ponsel
Laptop	1	Lebih nyaman saat menghadiri konferensi pers daring dengan durasi yang lama, tidak khawatir pencurian data pribadi, lebih fokus dalam bekerja tidak terganggu pesan/telepon di ponsel
Total	6	

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebagian besar jurnalis menggunakan telepon seluler (ponsel) dalam mengakses konferensi pers daring. Menurut para jurnalis, menonton dan mendengar konferensi pers daring lebih disukai karena lebih mudah ketika ingin mendokumentasikan materi, foto, atau gambar yang ditampilkan dengan cara memotret langsung melalui ponsel. Pasalnya, ada beberapa konferensi pers daring yang tidak mengirimkan materi setelah selesai acara atau lama dalam mengirimkan materi. Selain itu, para jurnalis mengatakan bahwa menonton melalui ponsel bisa dilakukan dalam kondisi apapun seperti duduk, berbaring, serta aktivitas lainnya. Jurnalis bisa bekerja lebih santai dan efisien.

Citro dari Kantor Berita Antara menggunakan ponsel ketimbang laptop karena ketiadaan fitur di laptop untuk mendokumentasikan/memotret materi. Artinya, laptop yang digunakan sudah lama/usang. Adapula jurnalis yang menggunakan dua piranti yaitu ponsel dan laptop. Menurut Ridho dari Harian Investor Daily dan Lona dari Harian Suara Pembaruan, kegiatan daring dengan informasi yang penting dan durasi lama lebih nyaman diakses dengan menggunakan laptop. Sedangkan berita ringan

atau kegiatan daring dengan durasi yang lebih singkat diakses dengan menggunakan ponsel.

Sementara itu, Andi dari Harian Kontan memilih tidak menggunakan piranti ponsel saat mengakses konferensi pers. Pasalnya, ponsel tidak mendukung konferensi pers daring dalam durasi yang lama. Jika diakses dalam waktu lama, ponsel akan menjadi panas dan berhenti tiba-tiba. Selain itu, Andi tidak khawatir data diretas jika menggunakan laptop karena data pribadi di dalamnya tidak sebanyak di ponsel. Andi juga lebih fokus bekerja jika menggunakan laptop ketimbang ponsel. Ponsel lebih banyak digunakan untuk berkoordinasi dan menghubungi (pesan singkat dan telepon).

**Tabel 4.7 Kekurangan Teknis dari Konferensi Pers Daring yang diselenggarakan oleh PR**

Kekurangan		
	Teknis	Solusi dari jurnalis
1.	Koneksi buruk: audio/suara samar-samar atau tidak jelas, sinyal tiba-tiba putus di saat menyampaikan informasi penting	Panitia perlu persiapan matang sebelum konferensi pers dimulai terutama dari sisi teknologi yang digunakan; melakukan tes video dan audio sebelum acara dimulai; mengirimkan rekaman konferensi pers kepada jurnalis
2.	Video/materi tidak bisa disajikan	
3.	Gangguan suara/berisik ( <i>noise</i> )	
4.	Perangkat (ponsel/laptop) jurnalis tidak mendukung	
5.	Menyedot atau menghabiskan paket data	Jika memungkinkan PR memberi paket data kepada jurnalis sebelum acara; atau meminta seluruh peserta mematikan fitur kamera untuk menghemat paket data

**Tabel 4.8 Kekurangan dari Kemasan Acara Konferensi Pers Daring yang diselenggarakan oleh PR**

Kekurangan		
	Kemasan Acara (Isi, susunan acara, dll)	Solusi dari jurnalis
1.	Informasi yang disampaikan tidak detail	PR perusahaan memberikan materi segera setelah acara selesai tanpa perlu diminta oleh jurnalis
2.	Informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan bidang peliputan dari media yang diundang	PR perlu memahami bahwa setiap jurnalis memiliki <i>angle</i> berita atau bidang peliputan yang berbeda-beda.

3.	Penjelasan terlalu panjang mengenai profil perusahaan dan prestasi	Profil dan prestasi perusahaan dikirimkan kepada jurnalis dan tidak perlu dipaparkan saat konferensi pers untuk menghemat waktu. Susunan acara lebih fokus pada: latar belakang, isu yang akan disampaikan, dan sesi tanya jawab (Q&A)
4.	Tidak bisa menindaklanjuti informasi lain baik tentang topik konferensi pers maupun di luar topik melalui wawancara langsung/ <i>doorstop</i>	memberikan nomor kontak narasumber, atau memberikan nomor staf PR kepada jurnalis dan staf PR perlu segera mencari jawaban; memberi kesempatan bertanya lebih banyak pada sesi Q&A; moderator memegang peranan penting dalam memandu sesi tanya jawab
5.	Pertanyaan yang diajukan di kolom <i>chat</i> tidak dijawab	
6.	Narasumber dan humas tidak memahami arah dari pertanyaan jurnalis	
7.	merevisi pernyataan narasumber yang sudah disampaikan dalam konferensi pers daring namun dalam jangka waktu lama	Harus ada panduan informasi mana yang diberitakan dan tidak diberitakan ( <i>off the record</i> ) segera setelah selesai acara atau sebelum berita tersebut dipublikasikan.
8.	Tidak tepat waktu	Konferensi pers daring harus berjalan tepat waktu karena jurnalis memiliki jadwal lainnya.
9.	Lambat atau bahkan tidak memberikan materi yang disajikan dalam konferensi pers.	Materi konferensi pers dikirimkan segera setelah acara selesai karena jurnalis harus segera membuat berita
10.	Tidak ada souvenir atau <i>goodie bag</i> untuk jurnalis	Jika memungkinkan souvenir/ <i>goodie bag</i> bisa dikirim.

Tabel 4.7 dan 4.8 menunjukkan kekurangan konferensi pers daring yang diselenggarakan oleh PR dari sisi teknis maupun kemasan acara, serta solusi yang diberikan oleh para jurnalis. Dari sisi teknis, para jurnalis menemukan beberapa kekurangan konferensi pers daring jika dibandingkan konferensi pers tatap muka yaitu: koneksi atau sinyal yang buruk menyebabkan audio/suara terdengar sama-samar/terputus-putus sehingga informasi yang disampaikan menjadi tidak jelas, materi yang disajikan tidak bisa ditampilkan, adanya gangguan suara (*noise*) akibat mikrofon peserta atau pembicara yang tidak dinonaktifkan, perangkat ponsel/laptop jurnalis yang tidak mendukung, serta menghabiskan atau menyedot paket data jurnalis.

Menurut para jurnalis, kekurangan tersebut bisa diperbaiki dengan cara: mempersiapkan teknologi yang akan digunakan sebelum konferensi pers dimulai untuk meminimalisir persoalan teknis, melakukan tes pada video dan audio tiga puluh menit sebelum acara dimulai, serta mengirimkan rekaman konferensi pers daring kepada jurnalis untuk mengantisipasi peserta yang menghadapi kendala teknis. Sementara terkait paket data, tidak seluruh jurnalis memiliki permasalahan yang sama. Konferensi pers daring cukup merepotkan bagi jurnalis yang menggunakan paket data melalui ponsel, sementara jurnalis yang memiliki sarana *wifi* di rumah tidak menghadapi masalah paket data. Ada jurnalis yang pernah memiliki pengalaman di mana PR memberi paket data sebelum acara dimulai. Ada pula jurnalis yang meminta agar PR memahami kondisi ini dengan meminta seluruh peserta mematikan fitur kamera untuk menghemat paket data.

Dari sisi kemasan acara, para jurnalis menemukan kekurangan konferensi pers daring dan menyampaikan solusi. *Pertama*, dalam konferensi pers daring, informasi yang disampaikan seringkali tidak detail terutama terkait dengan data. Jurnalis meminta agar PR perusahaan memberikan materi segera setelah acara selesai. *Kedua*, informasi yang disampaikan dalam konferensi pers daring tidak sesuai dengan bidang peliputan media yang diundang. Menurut jurnalis, PR perlu memahami bahwa setiap jurnalis memiliki *angle* berita atau bidang peliputan yang berbeda. Sebaiknya konferensi pers dilakukan dengan media sejenis yang sesuai dengan isu yang disampaikan. Contoh berita jurnalis di media ekonomi memiliki *angle* berbeda dengan jurnalis di media olahraga. Jika PR mengundang jurnalis dari media ekonomi, maka informasi yang disampaikan dalam konferensi pers juga harus memiliki konten terkait ekonomi (berupa rincian data angka) atau PR cukup mengundang jurnalis dari media ekonomi. *Ketiga*, informasi dalam konferensi pers daring seringkali terlalu panjang sehingga menghabiskan waktu seperti menyampaikan profil dan prestasi perusahaan. Jurnalis menyarankan agar profil dan prestasi perusahaan cukup dikirimkan kepada jurnalis dan tidak perlu dipaparkan saat konferensi pers untuk menghemat waktu. Susunan acara lebih fokus pada: latar belakang, isu yang akan disampaikan, dan sesi tanya jawab (Q&A).

*Keempat*, jurnalis tidak bisa melakukan *doorstop* sesuai konferensi pers daring seperti yang biasa dilakukan pada saat konferensi pers tatap muka. Ini membuat jurnalis tidak bisa menindaklanjuti informasi lain baik terkait dengan topik konferensi pers maupun di luar topik. *Kelima*, pertanyaan yang diajukan jurnalis di kolom

percakapan (*chat*) tidak dijawab. *Keenam*, narasumber dan humas tidak memahami arah dari pertanyaan jurnalis. Jurnalis berharap agar narasumber memberikan nomor kontak bagi jurnalis yang ingin bertanya hal lain, atau nomor kontak staf PR yang bertanggungjawab menghubungkan dengan narasumber. Staf PR juga harus mencari jawaban segera. Seringkali staf PR hanya menampung pertanyaan tanpa ada jawaban. Dalam konferensi pers daring, moderator memegang peran penting dalam memandu sesi tanya jawab. Narasumber dan moderator perlu menguasai isu dan memberi kesempatan bertanya lebih banyak pada sesi tanya jawab termasuk topik lain. Ketujuh, PR meminta pernyataan narasumber yang sudah disampaikan dalam konferensi pers daring atau seminar online tidak diberitakan (*off the record*) namun ketika berita tersebut sudah ditayangkan. Menurut jurnalis, hal ini merepotkan karena jurnalis harus melalui sejumlah prosedur sebelum menurunkan kembali atau merevisi berita. Sebaiknya ada panduan informasi mana yang diberitakan dan tidak diberitakan segera setelah selesai acara atau sebelum berita tersebut dipublikasikan.

Selanjutnya, *kedelapan*, terdapat konferensi pers daring yang tidak tepat waktu sementara jurnalis memiliki jadwal kegiatan lainnya. Menurut satu jurnalis, keterlambatan ini lebih sering terjadi pada konferensi pers daring yang diselenggarakan institusi pemerintah. *Kedelapan*, PR seringkali terlambat (malam hari atau keesokan harinya) bahkan tidak memberikan materi yang disajikan dalam konferensi pers daring. Padahal, seharusnya materi dikirimkan segera setelah acara selesai karena jurnalis harus segera membuat berita terutama jurnalis dari media online. *Kesembilan*, dengan konferensi pers daring maka jurnalis tidak memperoleh souvenir atau *goodie bag* perusahaan yang biasanya diberikan setelah acara. Menurut dua jurnalis yang diwawancarai, *goodie bag* menjadi salah satu pemicu semangat dalam meliput sebuah kegiatan. Ada beberapa perusahaan yang mengirimkan *goodie bag* ke tempat tinggal mereka sebagai bentuk apresiasi telah menghadiri acara secara online.

**Tabel 4.9 Konferensi Pers Daring yang menarik dan diikuti jurnalis**

	Alasan menyimak konferensi pers daring
1.	Tema atau topik konferensi pers menarik
2.	Narasumber yang hadir
3.	Informasi dalam konferensi pers daring tersebut akan menjadi berita utama atau <i>headline</i> di harian/surat kabar jurnalis
4.	Topik yang disampaikan penting dan berpotensi menjadi berita panjang atau mendalam
5.	Acara atau konferensi pers daring tersebut diselenggarakan oleh perusahaan/satu grup perusahaan dan permintaan redaksi
6.	Tidak menyediakan materi atau siaran pers

Tabel 4.9 menunjukkan alasan jurnalis menyimak konferensi pers daring. Hampir seluruh jurnalis pernah mengikuti dua bahkan tiga konferensi pers daring pada waktu yang bersamaan. Namun, terdapat konferensi pers yang disimak sepenuhnya oleh jurnalis yaitu: tema atau topik konferensi pers menarik; narasumber yang dihadirkan adalah tokoh penting atau sentral, bagi jurnalis media cetak, informasi dalam konferensi pers daring tersebut akan menjadi berita utama atau headline; informasi yang disampaikan penting dan berpotensi menjadi berita panjang atau mendalam; acara atau konferensi pers daring tersebut diselenggarakan oleh perusahaan atau satu grup perusahaan dan permintaan redaksi; serta, panitia tidak menyediakan materi atau siaran pers sehingga jurnalis harus memperhatikan konferensi pers tersebut.

#### 4.3.2 Konferensi Pers Tatap Muka oleh PR Saat Pandemi Covid-19

**Tabel 4.10 Konferensi Pers Tatap Muka di saat Pandemi**

	Syarat
1.	Penyelenggara menjalankan protokol kesehatan yang ketat (pengecekan suhu tubuh, fasilitas cuci tangan dan hand sanitizer, penggunaan <i>face shield</i> /masker, menjaga jarak fisik)
2.	Penyemprotan desinfektan di ruangan konferensi pers/kegiatan
3.	Pembatasan jumlah jurnalis yang diundang, atau diselenggarakan dalam beberapa sesi
4.	Fasilitas <i>rapid test</i> sebelum diperbolehkan masuk lokasi acara dan ketersediaan dokter
5.	Fasilitas konsumsi atau makanan tidak disajikan prasmanan di tempat (diberikan langsung/ <i>take away</i> )
6.	Fasilitas transportasi ke lokasi acara

Di tengah kondisi Pandemi Covid-19, ada beberapa perusahaan baik swasta maupun pemerintah yang tetap menyelenggarakan konferensi pers tatap muka. Bahkan masih ada yang mengizinkan melakukan wawancara langsung kepada narasumber secara bersama-sama/bergerombol (*doorstop*). Para jurnalis menyatakan pada saat ini menghindari konferensi pers atau kegiatan pers tatap muka jika tidak benar-benar penting/dibutuhkan. Tabel 4.10 menunjukkan bahwa jurnalis bersedia atau merasa nyaman menghadiri konferensi pers tatap muka di tengah pandemi atau penerapan *New Normal* dengan beberapa syarat. *Pertama*, penyelenggara menjalankan protokol kesehatan yang ketat seperti pengecekan suhu tubuh, fasilitas cuci tangan dan hand sanitizer, penggunaan *face shield*/masker, menjaga jarak fisik (jarak tempat duduk). *Kedua*, penyemprotan desinfektan di ruangan konferensi pers/kegiatan. *Ketiga*, pembatasan jumlah jurnalis yang diundang, atau diselenggarakan dalam beberapa sesi. *Keempat*, beberapa perusahaan menyediakan fasilitas rapid test sebelum jurnalis diperbolehkan masuk ke lokasi acara. Ini akan membuat jurnalis merasa lebih nyaman dan aman ketika berinteraksi dengan jurnalis lain atau bertanya pada narasumber di dalam ruangan, begitupula sebaliknya. *Kelima*, fasilitas konsumsi atau makanan tidak disajikan prasmanan di tempat melainkan diberikan langsung (*take away*). *Keenam*, penyediaan sarana transportasi jurnalis ke lokasi acara (contoh taksi daring) untuk menghindari jurnalis menggunakan transportasi umum. Menurut jurnalis, upaya pencegahan ini lebih baik dilakukan daripada muncul kasus positif yang justru akan menjadi pemberitaan negatif bagi perusahaan.

#### **4.4 Pembahasan/Diskusi**

Para jurnalis mengalami perubahan sistem peliputan saat wabah virus corona. Perusahaan media di mana jurnalis bekerja menerapkan aturan *Work From Home* (WFH) atau bekerja dari rumah sejak pertengahan Maret 2020. Begitupula dengan PR perusahaan (pemerintah maupun swasta) juga menerapkan sistem WFH. Publisitas atau relasi media sebagai salah satu fungsi PR harus tetap dilakukan di tengah kondisi pandemi. Artinya, perusahaan harus terus memperoleh peliputan media dengan tetap menyelenggarakan kegiatan khusus (*special event*) baik internal maupun eksternal, mendistribusikan siaran pers, kegiatan konferensi pers, dan bahan lainnya yang

ditujukan pada jurnalis. PR yang mampu membaca situasi ini akan segera beralih ke digital. Ini merupakan salah satu fungsi PR yaitu manajemen krisis.

Pandemi COVID-19 merupakan krisis besar yang dialami semua organisasi baik pemerintah, perusahaan, atau lembaga/institusi. Dalam konteks komunikasi, organisasi dituntut untuk melakukan manajemen krisis. Prinsip strategis dari manajemen krisis yaitu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan publik lewat berbagai media termasuk media massa, cepat tanggap terhadap dinamika informasi yang berkembang, serta satu suara (*one voice*) yang merepresentasikan organisasi (Smith, 2017).

Saat ini, satu-satunya cara organisasi berkomunikasi dengan publiknya adalah melalui saluran digital salah satunya melalui platform konferensi video. Dari hasil diskusi, di tengah pandemi, jurnalis juga belum nyaman dan aman untuk menghadiri kegiatan yang mengharuskan komunikasi tatap muka. Jurnalis berharap kegiatan PR seperti konferensi pers atau seminar dilakukan secara daring melalui platform konferensi video.

Namun demikian, meski kegiatan PR (seminar dan konferensi pers) dilakukan daring, PR perlu memahami proses peliputan jurnalis yang bekerja dari tempat tinggal masing-masing. Berikut ini hasil dari diskusi yang bisa menjadi pertimbangan bagi praktisi PR dalam menyelenggarakan kegiatan daring dan untuk memperoleh publisitas.

#### **4.4.1 Platform Konferensi Video**

Jurnalis berharap kegiatan PR seperti konferensi pers atau seminar dilakukan secara daring melalui platform konferensi video. Salah satu aplikasi yang disukai jurnalis yaitu Zoom Meeting. PR atau penyelenggara acara perlu memahami kendala teknis yang kemungkinan dihadapi. Oleh karena itu, perlu dilakukan persiapan terlebih dahulu seperti memastikan suara audio, video atau materi bisa ditayangkan pada saat acara. Selain itu, PR perlu mempertimbangkan paket data/kuota internet yang dimiliki jurnalis, dengan strategi mematikan fitur kamera/video bagi peserta.

#### **4.4.2 Waktu dan Durasi Kegiatan**

Jurnalis memilih kegiatan konferensi pers/seminar/diskusi daring dilakukan pada jam kerja antara pukul 10.00 – 15.00, dengan durasi 1 jam – 2 jam. Kegiatan juga harus diselenggarakan tepat waktu.

#### 4.4.3 Peserta Kegiatan

Jurnalis menginginkan peserta kegiatan konferensi pers/seminar/diskusi daring dibatasi. Artinya narasumber yang dihadirkan kompeten di bidangnya. Selain itu, PR perlu mempertimbangkan jurnalis yang diundang dalam kegiatan daring tersebut. Artinya jurnalis yang diundang merupakan jurnalis dengan bidang peliputan sejenis (contoh jurnalis ekonomi, jurnalis olahraga, dll). Jika jurnalis yang diundang beragam, maka PR perlu mengakomodir kebutuhan berita setiap jurnalis agar kegiatan PR memperoleh publikasi. Dalam hal ini, PR perlu memetakan institusi media massa untuk mengetahui karakteristik media massa, jenis berita berdasarkan segmentasi khalayak tiap media (Gani, 2015).

#### 4.4.4 Kemasan acara

Kegiatan daring seperti konferensi pers/seminar/diskusi tetap perlu disusun dengan baik agar mampu memenuhi harapan para jurnalis.

##### a. Susunan acara

Jurnalis menginginkan informasi yang disampaikan fokus pada inti acara. Pemaparan tentang profil dan prestasi yang diraih perusahaan tidak perlu disampaikan seluruhnya, atau disampaikan kepada jurnalis melalui email. Jurnalis juga menginginkan porsi sesi tanya jawab yang lebih besar

##### b. Sesi tanya jawab

Sesi tanya jawab jurnalis dalam konferensi pers/seminar/diskusi daring mampu mengakomodasi kebutuhan pemberitaan jurnalis. PR perlu memahami bahwa setiap jurnalis memiliki *angle* berita atau bidang peliputan yang berbeda-beda. Jika ada keterbatasan waktu, jurnalis berharap PR mampu memberi jawaban melalui sarana lain (email atau pesan instan) dengan cepat. Hal ini karena dalam konferensi pers daring, jurnalis tidak bisa melakukan wawancara secara langsung (*doorstop*).

##### c. Moderator

Jurnalis menginginkan moderator yang kompeten atau memahami isu, dan mampu mengatur acara terutama sesi tanya jawab

##### d. Materi presentasi atau siaran pers

Jurnalis menginginkan materi presentasi, data, atau siaran pers dikirimkan segera setelah kegiatan daring selesai, agar jurnalis bisa segera melaporkan berita.

Jurnalis juga menginginkan agar kesalahan/revisi konferensi pers/siaran pers dilakukan secara cepat untuk menghindari salah berita/penurunan berita yang sudah tayang.

e. Souvenir

Pada saat kegiatan daring, PR akan menghemat biaya seperti konsumsi, lokasi, dokumentasi, dan souvenir. Namun, jika memungkinkan PR bisa mengirim paket data, souvenir/*goodie bag*, atau konsumsi, sebagai bentuk apresiasi atas kehadiran jurnalis.

Setelah pemerintah merelaksasi penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar dan menerapkan scenario tatanan normal baru atau new normal, beberapa kegiatan PR sudah beralih menjadi tatap muka kembali. Namun demikian, jurnalis berharap kegiatan dilakukan sesuai protokol kesehatan. Dalam hal ini, praktisi PR dan media massa harus saling memahami tugas masing-masing. Pemahaman ini akan membantu keduanya bekerja dan menjaga posisi. PR disarankan menjalin komunikasi dengan media massa secara rutin agar tercipta hubungan yang harmonis (Gassing & Suryanto, 2016).

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil diskusi menunjukkan bahwa kegiatan PR secara daring memiliki kelemahan baik secara teknis maupun kemasan acara. Namun, sebagian besar jurnalis masih mengharapkan PR melakukan komunikasi secara daring dengan menggunakan platform konferensi video di tengah pandemi COVID-19.

Jurnalis memiliki harapan yang berbeda-beda dalam penyelenggaraan kegiatan konferensi video di saat pandemi. Harapan tersebut terkait aplikasi yang digunakan, waktu penyelenggaraan, durasi, peserta, dan kemasan acara. PR perlu mempertimbangkan: *pertama*, penggunaan Zoom Meeting sebagai aplikasi yang paling banyak diakses oleh jurnalis; *kedua*, peserta/jurnalis yang diundang disesuaikan dengan bidang peliputan masing-masing jurnalis; *ketiga*, waktu penyelenggaraan dan durasi disesuaikan dengan tenggat waktu yang dimiliki jurnalis, serta *terakhir*, kemasan acara yang menarik namun juga efisien baik dari segi penyusunan acara, pemilihan moderator, bentuk sesi tanya jawab, pendistribusian materi, hingga apresiasi kepada jurnalis.

Sementara, jika kegiatan PR sudah beralih menjadi tatap muka kembali. Jurnalis berharap kegiatan dilakukan dengan protokol kesehatan yang ketat.

### **5.2 Saran**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa diskusi interaktif dengan jurnalis di tengah kondisi pandemi ini sepenuhnya melihat kondisi peliputan dari perspektif jurnalis. Berikutnya diskusi interaktif bisa dilakukan dengan para PR baik dari institusi pemerintah maupun swasta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Archetti, C. (2013). Journalism in the Age of Global Media: The Evolving Practices of Foreign Correspondents in London. *Journalism*, 14(3), 419-436.  
doi:10.1177/1464884912472140
- Baik, R. N. (2007). Transparansi Informasi: Koalisi Strategis PR dengan Pers. In M. Iskandar, & Atmakusumah, *Panduan Praktis Kehumasan: Bermitra dengan Pers, Melepas Isolasi Dunia Bisnis* (p. 34). Jakarta: Lembaga Pers Dr. Soetomo.
- Brown, R. (2009). *Public Relations and The Social Web: How to Use Social Media and Web 2.0 in Communications*. London: Kogan Page.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective Public Relations Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Darmastuti, R. (2007). *Etika PR & E-PR*. Yogyakarta: Gava Media.
- Gani, P. K. (2015). *PR Corner, Panduan Kreatif Praktisi Humas*. Jakarta: Gramedia.
- Gassing, S. S., & Suryanto. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.
- <https://www.baktikominfo.id>. (2019, Maret 4). Retrieved from Bakti Kominfo Web site:  
[https://www.baktikominfo.id/en/informasi/pengetahuan/10\\_jenis\\_komunikasi\\_daring\\_anda\\_biasa\\_pakai\\_yang\\_mana-744](https://www.baktikominfo.id/en/informasi/pengetahuan/10_jenis_komunikasi_daring_anda_biasa_pakai_yang_mana-744)
- Imogen. (2020). *The Third Communications Insight Report*. Jakarta: Imogen Communications Institute.
- Margianto, H. J., & Syaefullah, A. (2012). *Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen.
- Oktavianti, R., & Irwansyah. (2016). Actor Network in Technology-Mediated Communications Network: A Study of News Gathering Network by Journalist. *The Social Sciences*, 11(19), 4581-4584.  
doi:10.3923/sscience.2016.4581.4584
- Oliver, S. (2001). *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Smith, R. D. (2017). *Strategic Planning for Public Relations 5th Edition*. New York: Routledge.
- Straubhaar, J., LaRose, R., & Lucinda, D. (2012). *Media Now: Understanding Media, Culture and Technology Seventh Edition*. Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning.

## **LAMPIRAN**

Surat Tugas  
Lembar Monitoring dan Evaluasi  
Daftar Hadir Peserta Pelatihan  
Draft Publikasi

## **B. Sinopsis PKM Lanjutan**

Setelah melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi peran PR kepada jurnalis dalam bentuk diskusi interaktif. Berikutnya, hasil dari diskusi ini akan disampaikan kepada *public relations* baik perusahaan swasta maupun pemerintah pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat berikutnya.

**MONITORING DAN EVALUASI PELAKSANAAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
HIBAH INTERNAL UNTAR PERIODE 1 TAHUN 2020**

**I. Identitas Pelaksana PKM**

1. Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi
2. Judul PKM :

Sosialisasi Peran *Public Relations* dan Pers dalam Menyikapi Perkembangan Teknologi Komunikasi

3. Ketua Pelaksana PKM : Roswita Oktavianti (10916002/0330108602)
4. Anggota Pelaksana PKM : H.H Daniel Tamburian (NIDN: 0316107305/  
NIK: 10908027)
5. Biaya PKM yang disetujui : Rp8.500.000
6. Lokasi PKM : ....
  - a. Jenis : ~~Laboratorium/Rumah Kaca/Lapangan/~~  
Lainnya\*), sebutkan .....
  - b. Nama mitra PKM : Komunitas/Forum Jurnalis
  - c. Alamat : ....
7. Apakah dalam pelaksanaan PKM ini terdapat kerjasama dengan instansi/pihak lain diluar Untar? Jika ada, sebutkan nama instansi/pihak tersebut dan/atau disertai dengan *contact person*?
  - a. ....
  - b. ....

**II. Substansi Monitoring dan Evaluasi**

1. Kesesuaian Pelaksanaan PKM dengan Rencana Pelaksanaan dalam Proposal PKM yang disetujui LPPM
  - a. Sesuai
  - b. Tidak sesuai rencana, sebutkan dan jelaskan\*)  
Format acara yang sebelumnya berkumpul dalam satu lokasi atau satu sesi, kemudian diubah menjadi diskusi interaktif terdiri dari empat sesi
2. Apakah PKM sudah dilaksanakan?
  - a. Sudah

- b. Belum selesai [rencana waktu:]\*)
3. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat
- Mulai : Januari /tahun 2020
  - Selesai : Juli /tahun 2020
4. Keterlibatan mahasiswa dalam pelaksanaan PKM yang dilakukan:
- Mahasiswa S1: ..... orang, dari Perguruan Tinggi .....
  - Mahasiswa S2: ..... orang, dari Perguruan Tinggi .....
  - Mahasiswa S3: ..... orang, dari Perguruan Tinggi .....
5. Dalam pelaksanaan PKM, adakah yang tidak sesuai dengan usulan PKM:
- Sesuai
  - Tidak sesuai, jelaskan:
- Format acara yang sebelumnya berkumpul dalam satu lokasi atau satu sesi, kemudian diubah menjadi diskusi interaktif terdiri dari empat sesi
6. Uraikan kendala yang dihadapi dalam melaksanakan PKM dan upaya penyelesaiannya:
- Sosialisasi yang awalnya dilakukan pada tujuh jurnalis, dan melibatkan dua mahasiswa harus diubah agar tetap mematuhi protokol kesehatan. Tim pengabdian akhirnya mengundang enam jurnalis dengan diskusi dibagi menjadi empat sesi. Atau diskusi dengan maksimal 2 jurnalis sehingga acara dimulai dari pagi (pukul 11.00) hingga sore hari (pukul 17.30).

Dengan keterbatasan waktu dan kondisi yang tidak memungkinkan tim pengabdian juga belum bisa melibatkan mahasiswa karena perlu meminta izin orangtua terlebih dahulu.
7. Keterkaitan PKM yang telah dilakukan dengan:
- Program payung (Laboratorium, Jurusan, Fakultas, Universitas, LPPM\*)
  - Program PKM Institusi/Lembaga di luar Universitas Tarumanagara, sebutkan: .....
8. Pencapaian yang telah diperoleh dalam penyelesaian pengabdian kepada masyarakat (sebutkan persentasenya):
- Persiapan: 100 %
  - Pelaksanaan PKM: 100 %

- c. Penyusunan Laporan Monev: 100%
  - d. Penyusunan Laporan Akhir PKM: 100%
  - e. Penyusunan Luaran PKM: 100%
  - f. Lainnya .....
9. Apakah pelaksanaan PKM sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan dalam Proposal yang disetujui? Tidak  
Jika tidak sesuai rencana, kendala apa yang dihadapi?)
- a. Pencairan dana PKM terlambat;
  - b. Perolehan alat PKM memakan waktu lama;
  - c. Kendala dalam sarana dan prasarana terkait PKM;
  - d. Kesulitan dalam memperoleh data yang dibutuhkan untuk PKM;
  - e. Kerjasama dengan tim pelaksana PKM;
  - f. Lainnya: kondisi pandemi Covid-19
10. Luaran wajib: ~~sudah terbit/akan terbit~~/sedang diajukan\*), (**Pilih salah satu/lebih**):
- a. Jurnal Ilmiah (~~Internasional/Nasional Terakreditasi/Nasional Tidak Terakreditasi~~\*)
  - b. Pemakalah Forum Ilmiah Tingkat Internasional/Nasional\*)
11. Luaran tambahan: (**Pilih salah satu/lebih**):
- a. Publikasi Media Massa Daring/Luring\*)
  - b. Potensi Hak Kekayaan Intelektual (HKI): Paten/Hak Cipta/Desain Industri\*)
  - c. Buku Ajar/Text/*Book Chapter* ber ISBN\*)
  - d. Teknologi Tepat Guna (TTG)
  - e. Model
  - f. Purwarupa (prototipe)
  - g. Karya Desain/Seni/Kriya/Bangunan dan Arsitektur/Rekayasa Sosial\*)
  - h. Produk terstandarisasi,
  - i. Produk tersertifikasi,
  - j. Wirausaha baru mandiri.
12. Selain berupa publikasi, pilih yang paling sesuai bagi pemanfaatan hasil PKM yang telah Anda lakukan [Berilah tanda “V” dalam kolom yang terdapat dibawah ini]

Bentuk Pemanfaatan	1 (Sangat Tidak Sesuai)	2 (Tidak Sesuai)	3 (Kurang Sesuai)	4 (Sesuai)	5 (Sangat Sesuai)
Bahan ajar: .....					<b>V</b>
Diterapkan di masyarakat: .....					<b>V</b>
Lainnya: Masukan kepada praktisi					<b>V</b>

13. Keterkaitan PKM dengan kewirausahaan:
- a. Desain awal PKM : ada/tidak ada \*)

b. Nilai komersial hasil : ada/~~tidak ada~~\*)

Jakarta, 27 Juli 2020  
Ketua Pelaksana PKM,

Pemantau,



Roswita Oktavianti, S.Sos., M.Si

Mengetahui,  
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat

Jap Tji Beng, Ph.D.

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

**DAFTAR HADIR SOSIALISASI PERAN PUBLIC RELATIONS DAN PERS DALAM MENYIKAPI  
PERKEMBANGAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI**  
Selasa, 07 Juli 2020 di FX Senayan, Jakarta

No	Nama	Media/ Institusi	No Kontak	Tanda Tangan
1.	Loha	suara pembatauan	083871888198	
2.	Ridho	investor daily	082113317871	
3.	CITRO Atmoko	ANTARA	085265821331	
4.	Evu	SWA	08161868046	
5.	TITOMAS	LIPUTANG.COM	085692201407	
6.	Andy	Kontan	08211446209	
7.	U. U. Daniel Tambunan	Untar	081868641973	
8.	Roswita Oktamanti	Untar	08197810495	