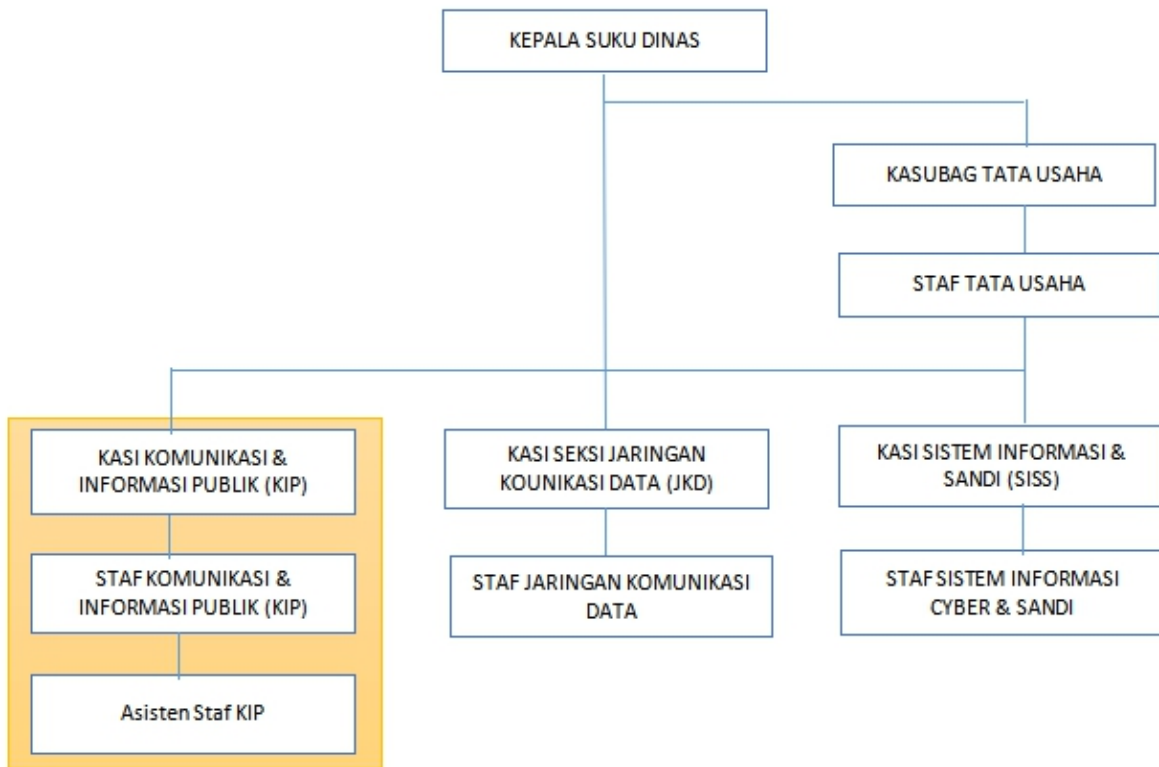


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Gambar 3.1 Struktur Organisasi
Suku Dinas KOMINFOTIK Jakarta Barat



(Sumber: Hasil Olahan Laporan 2020)

Subbagian Pelayanan Publik merupakan Satuan Kerja Bagian Ketatalaksanaan dalam pelaksanaan kegiatan perumusan kebijakan operasional, serta pengoordinasian,

pengendalian, pemantauan dan evaluasi kegiatan pelayanan publik. Kepala Suku Dinas KOMINFOTIK Jakarta Barat adalah V.Christian Anthony, S.Kom.

Penulis melaksanakan praktek kerja magang di Suku Dinas Komunikasi Informasi dan Informatika Jakarta Barat bagian Komunikasi Informasi Publik. KASI Pelayanan Publik dipimpin oleh Ririn Purwarini, penulis berada di bawah serta dibimbing oleh Dra.Muriati,MM selaku staf komunikasi informasi publik. Saat di lapangan penulis didampingi oleh Sanip dan Teguh yang merupakan staff KASI Komunikasi Informasi Publik. Dalam keseharian, kedudukan penulis sebagai asisten dari Teguh.

Selama praktek kerja magang, asisten staff komunikasi informasi publik ditugaskan untuk membantu KASI Komunikasi Informasi Publik dalam menjalankan tugas kesehariannya, yaitu peliputan, dokumentasi, dan pembuatan siaran pers. Dalam melaksanakan tugas, asisten komunikasi informasi publik mendapatkan tugas secara langsung dari staff komunikasi informasi publik. Hasil dari tugas yang diberikan, kemudian di pertanggung jawabkan kepada staff komunikasi informasi publik untuk dinilai maupun direvisi sebelum di publikasikan.

Dalam melaksanakan tugas, penulis berkoordinasi dengan staff komunikasi informasi publik yang juga memberikan laporan pertanggung jawaban secara langsung kepada KASI Komunikasi Informasi Publik mengenai perkembangan pekerjaan serta hasil pencapaian dari pekerjaan.

3.2 Tugas Yang Dilakukan

Selama tiga bulan penulis melaksanakan kerja magang di Kantor Walikota Administrasi Jakarta Barat, penulis menyadari bahwa aktivitas yang dikerjakan merupakan implementasi dari yang sudah penulis pelajari di Universitas Multimedia Nusantara. Berikut berbagai aktivitas yang penulis lakukan di bagian humas Pemerintahan Kota Administrasi Jakarta Barat :

1. Penulisan Media Humas

2. Dokumentasi

3. Media Sosial

Selama tiga bulan di bagian humas Pemerintahan Kota Administrasi Jakarta Barat, *timeline* aktivitas kerja magang yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Timeline Kerja Magang

WAKTU	TUGAS
Minggu 1	<ul style="list-style-type: none">❖ Perkenalan❖ Ikut Hadir Dalam Rapat Koordinasi Kebijakan Pembelajaran di Masa Pandemi COVID-19❖ Siaran Pers
Minggu 2	<ul style="list-style-type: none">❖ Liputan Rapat Pimpinan Update COVID-19 Jakarta Barat.❖ Siaran Pers❖ Membuat Naskah
Minggu 3	<ul style="list-style-type: none">❖ Liputan Pembagian Bantuan COVID-19❖ Siaran Pers❖ Membuat Naskah
Minggu 4	<ul style="list-style-type: none">❖ Liputan Wakil Walikota❖ Siaran Pers

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Membuat Naskah
Minggu 5	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Liputan Walikota ❖ Siaran Pers ❖ Membuat Naskah
Minggu 6	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Liputan Wakil Walikota ❖ Siaran Pers ❖ Membuat Naskah
Minggu 7	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Liputan Pemantauan dan Evaluasi Penyaluran Bantuan Sosial Pangan Program Sembako KEMENSOS RI ❖ Siaran Pers
Minggu 8	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Liputan Walikota ❖ Liputan Wakil Walikota ❖ Siaran Pers ❖ Mebuat Naskah
Minggu 9	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Liputan Walikota ❖ Siaran Pers ❖ Membuat Naskah
Minggu 10	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Liputan Walikota ❖ Liputan Wakil Walikota ❖ Siaran Pers

Minggu 11	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Liputan Walikota ❖ Liputan Wakil Walikota ❖ Siaran Pers
Minggu 12	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Liputan Walikota ❖ Siaran Pers
Minggu 13	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Liputan Walikota ❖ Siaran Pers ❖ Membuat Naskah

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Penulisan Media PR

Selama melaksanakan praktek kerja magang di bagian humas Pemerintahan Kota Administrasi Jakarta Barat, aktivitas yang secara rutin penulis lakukan adalah penulisan media humas, salah satunya membuat *press release* atau siaran pers.

Sebelum penulis membuat siaran pers, tahap awal yang harus penulis lakukan yaitu menghadiri kegiatan atau acara yang dihadiri oleh Walikota, Wakil Walikota, dan Asisten Walikota. Setelah itu tahap selanjutnya adalah merangkum poin penting yang diucapkan oleh para narasumber, yang kemudian disusun dalam bentuk narasi. Asisten Walikota terbagi menjadi empat bagian yaitu Asisten Pemerintahan, Asisten Perekonomian, Asisten Pembangunan, dan Asisten Kesejahteraan Masyarakat setiap kegiatan tidak selalu dihadiri oleh para Asisten Walikota karena sudah ada bagiannya masing-masing namun pada kegiatan tertentu

para Asisten Walikota hadir secara bersamaan salah satu contoh seperti rapat pimpinan.

Humas perlu melaksanakan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan media, sebagai upaya dalam membangun hubungan baik dengan media salah satunya yaitu siaran pers atau *press release*. Siaran pers yakni media yang sering dipakai oleh tim humas dalam melaksanakan kegiatannya karena mampu menyebarkan berita (Ardiyanto, 2011 p.267).

Siaran Pers yang sudah disusun oleh tim humas kemudian disebarakan melalui akun media sosial seperti *instagram*, *twitter*, *youtube* dan *website* Kantor Walikota Administrasi Jakarta Barat. Tujuan dari siaran pers tersebut adalah agar masyarakat dapat mengetahui apa saja kegiatan atau program yang dilaksanakan oleh Walikota Administrasi Jakarta Barat.

Mahmud Mahmudin (1994, p.141) dalam Titis Gundariani (2016, p.3) merangkum beberapa hal mengenai tujuan penulisan siaran pers, diantaranya adalah:

1. Untuk menjaga *image* dengan menyiarkan informasi yang mampu membuat khalayak tetap sadar akan keberadaan atau eksistensi pihak yang menulis siaran pers.
2. Untuk menggambarkan suatu hal yang baru kepada khalayak tentang peristiwa, masalah yang sedang terjadi, maupun gagasan (*ide*) yang bersumber dari pihak yang menulis siaran pers.
3. Untuk memberikan informasi tambahan mengenai persoalan yang menyangkut pihak penulis siaran pers.

4. Untuk membantah atau mengklarifikasi berita yang sedang beredar di tengah masyarakat.

5. Untuk mempromosikan produk baru.

Gambar 3.2 Siaran Pers

Walikota Jakbar Minta Camat & Lurah Pastikan Tak Ada Genangan saat Musim Hujan



Wali Kota Jakarta Barat, Uus Kuswanto, meminta camat dan lurah untuk mengantisipasi terjadinya genangan saat musim hujan. Pastikan genangan surut tidak lebih dari enam jam.

"Apabila ada genangan, pastikan air surut dibawah 6 jam. Hal tersebut bisa diukur dari ketinggian permukaan genangan, sebelum air limpasan, saat hujan turun. Setelah melihat tinggi air permukaan, pastikan bisa surut tidak lebih dari 6 jam," ujar walikota dihadapan camat dan lurah se-Kecamatan Kebon Jeruk, menindaklanjuti arahan Gubernur DKI Jakarta dalam menangani dampak banjir, Kamis (22/10) siang.

Menurutnya, camat dan para lurah harus peka dengan kondisi wilayah, terutama pada titik-titik rawan genangan. Bila terjadi genangan melebihi batas waktu tersebut tentunya lurah dan camat diminta untuk bergerak cepat melaksanakan upaya dalam menangani masalah tersebut.

Upaya yang bisa dilaksanakan adalah koordinasi dengan Sudis Sumber Daya Air atau Sudin Damkar. "Kalau belum surut juga, koordinasi dengan SDA atau damkar untuk melakukan penyedotan air agar genangan cepat surut," ujarnya.

Dalam pertemuan itu, Walikota Jakbar juga menyampaikan arahan gubernur terkait penanganan warga yang terdampak banjir. "Gubernur minta pimpinan wilayah menyiapkan langkah-langkah penanganan dampak banjir," tutur Uus yang didampingi Wakil Walikota Jakarta Barat, Yani Wahyu Purwoko dan sejumlah pejabat dan instansi terkait di lingkungan Pemkodya Jakarta Barat.

Uus melanjutkan, langkah-langkah penanganan dampak banjir adalah menyiapkan tempat penampungan pengungsi. Tempat penampungan harus melihat kondisi pandemi COVID-19.

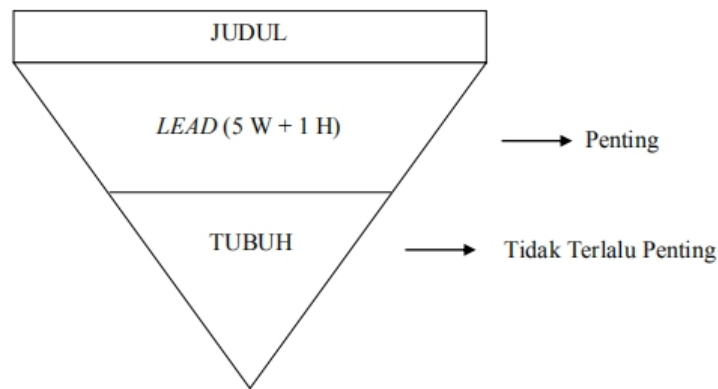
Langkah lainnya adalah menyiapkan sarana dan prasarana untuk evakuasi warga terdampak banjir, seperti penyediaan perahu karet, tangga darurat dan sebagainya. Termasuk penyaluran logistik agar cepat sampai. Hal lainnya adalah menyiapkan Posko kesehatan pada lokasi pengungsian," jelasnya.

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Gambar 3.1 merupakan salah satu siaran pers yang penulis susun yang kemudian diberikan kepada staff komunikasi informasi publik dan dipertanggung jawabkan atau direvisi lalu di publikasikan melalui media sosial *instagram* maupun *website* Jakarta Barat.

Titis Gundariani (2016, p.73) menjelaskan bahwa tujuan penulisan siaran pers tersebut bersifat subyektif, artinya pihak yang menyiarkan informasi lebih diuntungkan. Tinggal bagaimana humas mengemas informasi menjadi daya tarik tersendiri bagi media. Penulisan siaran pers dapat dikatakan layak untuk di publikasikan apabila cara penulisannya seperti halnya wartawan menulis berita langsung (*straight news*) dengan menggunakan gaya piramida terbalik:

Gambar 3.3 Piramida Terbalik



(Sumber : Soemirat dan Ardianto)

Alasan menggunakan piramida terbalik dalam penulisan siaran pers yang dikutip oleh Soemirat dan Ardianto dalam bukunya berjudul Dasar-Dasar Public Rrelations terdapat tiga hal untuk menjelaskannya, yaitu:

1. Pembaca dikategorikan sebagai orang sibuk dan mempunyai waktu yang singkat untuk mendapatkan berita-berita faktual.

2. Redaksi media massa harus memotong siaran pers tersebut tanpa mengurangi isi pokoknya.

3. Redaksi tidak mempunyai cukup waktu untuk membaca keseluruhan siaran pers. Sebelum redaksi menentukan dibuang atau dipakai siaran pers tersebut, mereka harus mengetahui secara cepat inti dari isi siaran pers itu.

Setelah menulis lead sebagai paragraf pertama, selanjutnya lead tersebut dikembangkan dalam paragraf kedua untuk menjelaskan atau sebagai pendukung paragraf pertama yang perlu dijelaskan, setelah menulis lead dan paragraf kedua kemudian masuk kepada tubuh berita. Penulisan gaya piramida terbalik itu artinya menulis berita mulai dari pembahasan yang sangat penting (lead) sampai pembahasan yang umum atau tidak penting. Judul diambil dari lead, paragraf kedua sebagai pendukung lead sudah mulai memberikan penjelasan tentang apa dan bagaimana gambaran dari peristiwa tersebut. Paragraf keduanya lebih mencerminkan informasi yang kurang begitu penting dibandingkan paragraf pertama atau lead yang sangat penting (Soemirat, Ardianto 2010: p.57).

Penulis perlu meninjau kembali teknik dalam menulis siaran pers, sehingga hasil akhirnya dapat lebih baik, seperti yang dikemukakan oleh Soemirat dan Ardianto tentang gaya menulis piramida terbalik. Selain itu, Soemirat dan Ardianto juga menjabarkan standar penulisan siaran pers, yaitu::

1. Memberikan kejelasan tentang badan, instansi, nama organisasi atau perusahaan yang mengirim press release tersebut.
2. Memberikan identitas pengirim dengan jelas.
3. Mencantumkan tanggal pembuatan siaran pers tersebut.
4. Mencantumkan sifat surat itu, sehingga ada kejelasan waktu pembuatannya.

5. Tunjukkan akhir dari penulisan siaran pers tersebut.
6. Menulis siaran pers dalam dua spasi.
7. Siaran pers tersebut harus diberi judul.
8. Siaran pers tersebut harus diberi amplop kecuali dikirim melalui *faximile/modem/internet*.
9. Sertakan surat pengantar atau permohonan.

Dalam pelaksanaannya, siaran pers bisa dilaksanakan sebelum acara atau saat acara berlangsung dan bisa juga setelah kegiatan dilaksanakan. Dalam penulisan siaran pers pada kantor Walikota Jakarta Barat menerapkan sembilan teknik menulis siaran pers yang dikemukakan oleh Soemirat dan Ardianto, namun siaran pers hanya dikirim melalui *media digital*.

Wahyu sebagai salah satu penulis siaran pers Jakarta Barat mengatakan bahwa penulisan siaran pers di *website* Jakarta Barat mengacu pada konsep berita langsung (*straight news*) dengan menggunakan gaya piramida terbalik.

Ada beberapa kesulitan yang penulis alami dalam proses pembuatan siaran pers. Pertama adalah, tahap yang harus dilalui penulis saat menguraikan informasi yang didapatkan untuk kemudian disusun ke dalam paragraf-paragraf lengkap sehingga menarik untuk dibaca. Kesulitan lain yang penulis alami yaitu pada saat mendengarkan nama-nama dan angka-angka yang disebutkan sangat cepat.

3.3.2 Dokumentasi

Menurut KBBI, penjelasan dokumentasi adalah proses pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi di bidang pengetahuan, pemberian atau pengumpulan bukti dari keterangan seperti gambar, baik dalam

bentuk foto atau video. Materi dokumentasi diperoleh dari berbagai kegiatan yang dilaksanakan atau diliput oleh pembuat konten.

Setiap kegiatan yang berasal dari internal Walikota Administrasi Jakarta Barat selalu didokumentasikan baik melalui gambar (kegiatan fotografi) atau video (rekaman). Oleh karena itu, humas dituntut mampu mendokumentasikan momen-momen dan informasi dengan baik. Kegiatan pendokumentasian ini dilaksanakan sebagai bagian dari rekam jejak kegiatan yang dilaksanakan oleh kantor Walikota Administrasi Jakarta Barat maupun yang terkait, misalnya kegiatan rapat, liputan, sosialisasi dan sebagainya. Kegiatan dokumentasi dilakukan untuk memberikan ilustrasi pada siaran pers dan sebagai arsip jika suatu saat diperlukan.

Pada proses pembuatan siaran pers penulis mengambil foto yang nantinya akan dilampirkan ke dalam siaran pers yang penulis buat dan merekam perkataan ketiga narasumber pada saat berpidato atau memberikan kata sambutan agar mempermudah penulis dalam membuat siaran pers. Siaran pers yang penulis buat akan dijadikan sebagai lampiran dalam laporan praktek kerja magang.

Camera Angle atau yang biasa disebut sudut pengambilan gambar dengan kamera, merupakan cara yang dilakukan untuk menyampaikan pesan melalui penempatan kamera pada sudut dan ketinggian tertentu. Sudut pengambilan gambar dalam fotografi maupun videografi sangat menentukan dalam penyampaian pesan dan informasi yang akan disediakan (Sitorus & Simbolon, 2019 p.138).

Penulis mengalami kesulitan ketika akan mengambil foto menggunakan kamera manual saat liputan, karena kurangnya fokus terhadap narasumber sehingga hasil foto tidak jelas dan harus mengambil foto kembali serta tidak mendapatkan momen yang pas. Oleh karena itu, penulis berdiskusi dengan Teguh untuk diberikan arahan agar mendapatkan hasil foto yang jelas dan mendapatkan momen yang pas.

Selain itu, penulis juga diberikan penjelasan tentang standar pengambilan gambar yang digunakan yaitu *medium shoot* dan *long shot* di mana yang menjadi objek harus terlihat *full* tidak boleh terpotong seperti dari kepala hingga pinggang atau seluruh tubuh objek harus terlihat dengan menggunakan sudut pengambilan gambar normal (*eye view*). Sudut pengambilan normal merupakan pengambilan gambar yang sejajar dengan mata objek (Sitorus & Simbolon, 2019 p.145).

Gambar 3.4 Pengambilan Gambar *Long Shoot, Eye View*



(Sumber Dokumentasi Pribadi)

Gambar 3.5 Pengambilan Gambar *Medium Shoot, Eye View*



(Sumber Dokumentasi Probad)

Berdasarkan teori atau konsep dokumentasi atau fotografi yang sudah penulis pelajari di Universitas Multimedia Nusantara dengan yang dialami selama melaksanakan kerja magang tidak ada bedanya bahkan teori atau konsep yang sudah di pelajari selama perkuliahan seperti teknik pengambilan gambar sangat berguna dalam dunia kerja, terutama bagi yang ingin melaksanakan kerja magang atau kerja sebagai humas atau di bagian KOMINFOTIK karena agar mendapatkan hasil gambar yang baik.

3.3.3 Media Sosial

Dalam aktivitas komunikasinya, humas pemerintah banyak yang memanfaatkan saluran media sosial dalam penyebaran informasi. Dunia praktisi humas mulai memasuki masa keemasan, dimana teknologi Internet ini mampu mencapai publik secara langsung, tanpa penetrasi dari pihak lain, seperti redaksi atau wartawan dari media massa (Soeminat, Soleh, & Adrianto, 2012).

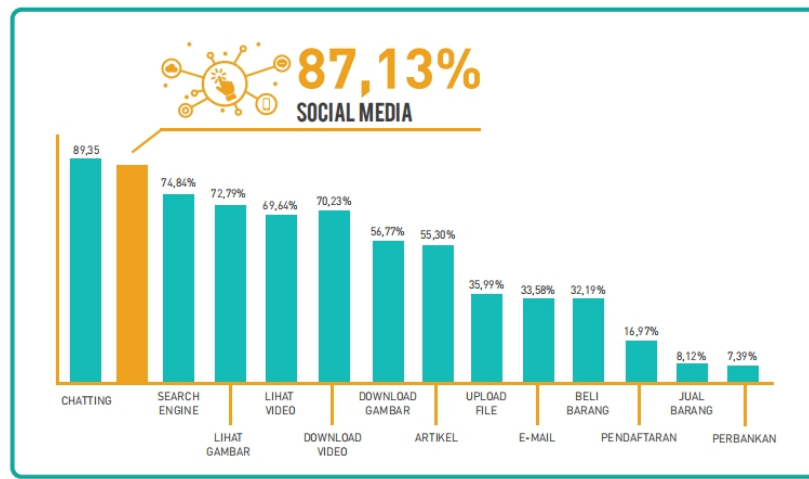
Ishak (2012) menjelaskan bahwa organisasi kecil, sedang, maupun besar pada dasarnya akan membutuhkan peran komunikasi yang aktif guna menumbuhkan partisipasi publik dalam pengembangan operasional perusahaan atau organisasi dan publikasi merupakan sara yang kerap digunakan oleh humas dalam mempromosikan lembaganya, umumnya dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. Publikasi secara tidak langsung. Artinya kegiatan komunikasi dengan publik melalui media perantara seperti radio, media cetak, televisi, pameran, dan internet.
2. Publikasi secara langsung. Artinya kegiatan komunikasi dengan publik tanpa melalui media perantara dan dilakukan dengan cara bertatap muka.

Meningkatnya kecerdasan publik dalam menyampaikan dan menyebarkan informasi, maka diperlukan kontrol dari berbagai penyampaian dan penyebaran informasi yang berkaitan dengan aktivitas informasi lembaga. Oleh karena itu, peran humas diharapkan mampu menyetarakan berbagai informasi agar tidak merugikan kepentingan lembaga. Hal ini berkaitan dengan nama baik dan eksistensi lembaga, sehingga memerlukan peran humas yang proaktif dan kreatif (Adhrianti, 2016).

Seperti yang dituliskan oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (2016 : p. 11) media sosial adalah *platform* media yang berfokus pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam melakukan aktivitas komunikasi maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dikatakan sebagai *fasilitator online* yang dapat mengeratkan hubungan antar pengguna.

Gambar 3.6 Jumlah Layanan yang Diakses



(Sumber: APJII)

Hasil survey yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa media sosial merupakan layanan kedua yang banyak diakses menggunakan Internet sebanyak 87,13%. setelah layanan pesan singkat 89,35%. Popularitas media sosial juga mengalahkan layanan mesin pencari yang berada di posisi ketiga dengan tingkat pengguna layanan sebanyak 74,84%.

Media sosial dapat disebut sebagai suatu kelompok aplikasi yang pemakaiannya ditunjang oleh Internet dan dibangun atas dasar teknologi *web 2.0*. Menurut McQuail, Dennis (2010, p.59) terdapat bermacam-macam bentuk media sosial seperti forum Internet, *socialnetwork*, *socialblogs*, *weblogs*, *podcast*, gambar, video, dll (Anggraeni, Purnomo, & Kasiwi, 2020 p.207).

Hannah Mahfuzhah & Anshari (2018) menyebutkan tiga macam media publikasi yang dapat digunakan oleh seorang humas yaitu seperti media cetak, media elektronik, dan media sosial. Media sosial atau yang biasa disebut dengan *social media* hadir dan merubah paradigma komunikasi di tengah masyarakat

seperti sekarang ini. Dengan tersedianya aplikasi jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan sebagainya, komunikasi menjadi tidak memiliki batas ruang, jarak, dan waktu tanpa harus bertatap muka (Dwi dan Watie, 2011)

Dalam melakukan kegiatan *update* media sosial, penulis mengacu pada pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah yang dikeluarkan oleh Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi (PAN-RB) RI menyebutkan 9 asas media sosial yaitu :

1. Faktual, yaitu informasi yang disampaikan melalui media sosial berlandaskan pada data dan fakta yang jelas
2. Disampaikan melalui media sosial sehingga dapat diakses dengan mudah dan diketahui oleh siapa saja, kapan saja, di mana
3. Mendorong keikutsertaan dan keterlibatan (*engagement* khalayak dengan cara menerima komentar, tanggapan, dan masukan kepada instansi pemerintah;
4. Interaktif, yakni komunikasi instansi pemerintah yang dilakukan melalui media sosial bersifat dua arah;
5. Harmonis, yaitu menciptakan hubungan sinergis yang saling menghargai, mendukung, dan menguntungkan di antara berbagai pihak yang terkait;
6. Etis, yaitu dengan menerapkan perilaku sopan, sesuai dengan etika dan kode etik yang ditetapkan, serta tidak merugikan orang lain dan menimbulkan konflik;
7. Kesetaraan, yaitu terbina hubungan kerja yang baik dan setara antara instansi pemerintah dan pemangku kepentingan;
8. Profesional, yaitu pengelolaan media sosial yang mengutamakan keahlian berdasarkan keterampilan, pengalaman, dan konsistensi;

9. Akuntabel, yaitu pemanfaatan media sosial yang dapat dipertanggungjawabkan (Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi RI (PAN-RB) 2012).

Untuk menggunakan media sosial yang baik, sehingga dapat menumbuhkan partisipasi publik, Chris Heuer dalam Solis (2010) menyebutkan empat C dalam penggunaan media sosial, yaitu:

1. *Context: "How we frame our stories."*, adalah bagaimana cara membingkai sebuah informasi dengan memperhatikan penggunaan bahasa maupun isi dari pesan yang akan disampaikan.

2. *Communication: "The practice of sharing our sharing story as well as listening, responding, and growing."*, adalah bagaimana berbagi informasi seperti mendengar, merespon dan mengembangkan iklan atau informasi dengan berbagai macam cara agar pengguna merasa nyaman dan informasi tersampaikan dengan baik.

3. *Collaboration: "Working together to make things better and more efficient and effective."*, adalah bagaimana kedua belah pihak dapat bekerja sama. Dengan kerja sama antara sebuah akun atau perusahaan dengan penggunanya di media sosial untuk membentuk hal baik lebih efektif dan lebih efisien.

4. *Connection: "The relationships we forge and maintain."*, adalah bagaimana membina dan memelihara hubungan yang sudah terjalin. Bisa dilakukan dengan sesuatu yang bersifat jangka panjang sehingga pengguna merasa lebih dekat dengan perusahaan atau lembaga pengguna media sosial.

Bertot, dkk., (2010) mengatakan bahwa keterampilan dalam transformatif media sosial pada pemerintahan sangat signifikan. Sebagai *user-generated media*, Hand dan Ching (2011) menjelaskan bahwa kemungkinan media sosial dalam praktisi humas pemerintahan bisa memberikan atau menyebarkan informasi dan mencari masukan-masukan serta opini dari publik yang signifikan, sehingga dalam jangka waktu yang panjang, tentu hal tersebut dapat menguntungkan organisasi pemerintahan karena kebijakan-kebijakan yang dirancang mempunyai kemungkinan yang lebih besar untuk menjawab atau menanggapi kebutuhan warga negara (Novian : 2017, p.274).

Lembaga pemerintah perlu melaksanakan fungsi humas dalam penyebaran informasi karena hal tersebut juga termasuk sebagai pelayanan publik yang dilaksanakan oleh lembaga pemerintah melalui fungsi humas (Djusan, 2013).

Hannah Mahfuzhah & Anshari (2018) mengatakan bahwa dengan memilih media publikasi yang tepat, maka terdapat tiga keuntungan yang dapat diperoleh oleh lembaga diantaranya mendapatkan umpan balik (*feed back*) dari masyarakat atas kebijakan yang ditempuh lembaga, untuk menunjukkan transparansi pengelolaan lembaga sehingga memiliki akuntabilitas publik yang tinggi, dan untuk mendapatkan dukungan yang nyata dari masyarakat terhadap kelangsungan lembaga.

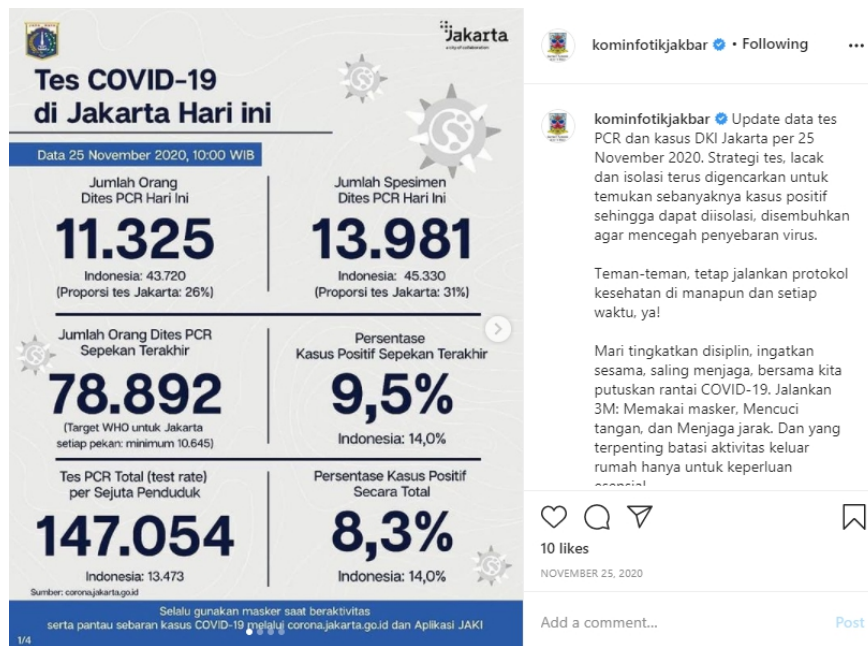
Eksistensi humas di perlukan dalam suatu lembaga instansi pemerintah, badan publik bahkan dalam dunia organisasi pendidikan sebagai perpanjangan tangan dari organisasi kepada publik dan humas memiliki peran dalam mempublikasikan suatu kegiatan serta menjalin komunikasi dengan masyarakat (Sulistyoningsih, 2017).

Institusi pemerintahan sudah mulai mempunyai akun media sosial yang digunakan untuk menyebarkan informasi, sebagai sebuah pintu komunikasi, dan berinteraksi langsung dengan masyarakat, seperti pemerintah Kota Administrasi

Jakarta Barat yang sudah memiliki akun media sosial sendiri, seperti *instagram*, *twitter*, *facebook*, dan *website*. Hal ini berkaitan dengan komunikasi pemerintah yang bentuknya terus mengalami transformasi, menyesuaikan perkembangan serta kebutuhan publik. Solusi yang digunakan dalam komunikasi pemerintahan agar mengetahui secara langsung pendapat dan aspirasi yang disampaikan oleh masyarakat, yaitu salah satunya dengan memanfaatkan media sosial pemerintah (Anggraeni, Purnomo, & Kasiwi, 2020).

Selama praktik kerja magang, penulis membantu menyusun naskah atau *caption* untuk keperluan konten media sosial khususnya *instagram* dan *website* KOMINFOTIK Jakarta Barat sebagai tugas yang diberikan untuk melakukan pekerjaan pada bagian media sosial. Kemudian naskah atau *caption* yang sudah penulis buat di-*print* kemudian di berikan kepada staf yang bertugas dibagian media sosial dan naskah atau *caption* tersebut dibaca kembali oleh staf yang bertugas meng-*update* konten tersebut, setelah di baca kemudian di-*update* kedalam media sosial. Berikut hasil naskah atau konten yang penulis susun dan di-*update* kedalam media sosial *instagram* @kominfortikjakbar:

Gambar 3.7 Konten Media Sosial



(Sumber: Hasil Dokumentasi Pribadi)

Dari yang sudah penulis pelajari bahwa aktivitas media sosial KOMINFOTIK Walikota Administrasi Jakarta Barat sudah menerapkan empat C yang disebutkan oleh Chris Heuer. KOMINFOTIK Walikota Jakarta Barat melalui komunikasi informasi publik dalam membingkai informasi telah menggunakan bahasa maupun isi dari pesan dengan bahasa yang baik dan benar disesuaikan dengan bahasa yang lazim digunakan oleh masyarakat Jakarta Barat sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh penggunanya di media sosial serta dapat menumbuhkan respon dari masyarakat. Informasi yang di sampaikan adalah informasi mengenai kebijakan dari tingkat provinsi karena walikota hanya sebagai pelaksana tugas dari provinsi

Informasi yang telah disusun dengan bahasa yang baik dan benar tersebut kemudian disampaikan kepada publik melalui media digital dan elektronik.

Pemilihan media digital dan elektronik tersebut adalah untuk dapat menyampaikan informasi secara efektif dan efisien di era digital ini. Media yang dipakai antara lain adalah akun *instagram* resmi milik KOMINFOTIK dan *website* Walikota Jakarta Barat. Agar masyarakat merasa lebih dekat dengan lembaga pengguna media sosial, KOMINFOTIK Jakarta Barat secara konsisten memberikan informasi setiap harinya dan menanggapi komentar atau pertanyaan dari masyarakat melalui *direct message*.

Dalam melaksanakan praktik kerja magang, penulis mengalami kesulitan dalam pemilihan gaya bahasa ketika penulis mendapatkan tugas membuat *caption* untuk keperluan konten yang akan diunggah pada media sosial *instagram* milik Jakarta Barat. Untuk itu, penulis melakukan riset terhadap gaya bahasa yang digunakan oleh admin pada unggahan media sosial *instagram* KOMINFOTIK Jakarta Barat sebelumnya. Dari hal tersebut penulis dapat belajar mengenai gaya bahasa yang digunakan untuk konten media sosial agar informasi yang disampaikan menarik untuk dibaca dan dapat dipahami oleh masyarakat.