

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama proses kegiatan kerja magang berlangsung, penulis ditempatkan pada Tim Kerja Strategi Komunikasi Kementerian Kesehatan. Penulis memiliki tugas dan tanggung jawab untuk membantu Tim Kerja Strategi Komunikasi dalam melakukan perencanaan komunikasi dan juga membantu dalam melakukan pemantauan media atau *media monitoring* seputar isu kesehatan pada media massa.

Selama pelaksanaan kegiatan kerja magang berlangsung, penulis berada dalam pengawasan langsung dan tanggung jawab dari Aji Muhawarman selaku Ketua Tim Kerja Strategi Komunikasi Kementerian Kesehatan. Komunikasi yang dilakukan antara penulis dan pembimbing magang umumnya dilakukan secara tatap muka, namun apabila instansi mengalami krisis diluar waktu kerja, maka komunikasi dapat dilakukan secara daring.

Dalam kegiatan kerja magang, penulis berkoordinasi dengan penanggung jawab magang dalam menjalankan setiap tugas yang diberikan sebelum mendapatkan persetujuan lebih lanjut dari kepala Biro Komunikasi dan Pelayanan Publik Kementerian Kesehatan. Seperti misalnya pada saat pembuatan laporan pemantauan media harian, dimana penulis yang akan mengecek dan mengolah laporan pemantauan media harian yang kemudian laporan tersebut akan diserahkan kepada pembimbing magang sebelum akhirnya diserahkan kepada kepala Biro Komunikasi Kementerian Kesehatan.

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis juga bekerja sama dengan berbagai tim yang berada di divisi Biro Komunikasi dan Pelayanan Publik Kementerian Kesehatan. Penulis kerap bekerja sama dengan Tim Kerja Produksi Komunikasi & Publikasi serta Tim Kerja Komunikasi Internal. Tidak sampai disitu, penulis juga kerap dilibatkan dalam dalam rapat manajemen isu bulanan bersama dengan Direktorat Jenderal, Direktur Pencegahan dan Pengendalian Penyakit menular, dan

Tim Promosi Kesehatan Kementerian Kesehatan untuk membahas isu mengenai kesehatan yang beredar di masyarakat.

### 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama 100 hari kerja atau setara dengan 800 jam kerja, penulis telah melakukan berbagai tugas utama yang mencakup pemantauan media massa, melakukan rapat manajemen isu bulanan, serta melakukan penyusunan strategi komunikasi. Selain tugas utama tersebut, penulis juga memiliki tugas tambahan yang dikerjakan bersama dengan tim kerja lain, seperti membuat desain poster dan membuat konten untuk media sosial Kementerian Kesehatan.

#### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Secara keseluruhan tugas Tim Kerja Komunikasi Strategis Kementerian Kesehatan adalah untuk mengelola strategi komunikasi, komunikasi resiko, pengolahan dan analisis opini dan hoaks mengenai berita atau isu kesehatan. Tugas tersebut dilakukan untuk menganalisis hal yang dapat menyebabkan instansi berada dalam krisis dan untuk menjaga citra baik Kementerian Kesehatan.

Berikut penjabaran lini waktu serta pekerjaan yang dilakukan penulis dalam aktivitas kerja magang di Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

Konsep	Jenis Pekerjaan	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
<i>Media Monitoring</i>	1) <i>Media Monitoring Harian</i>	■	■	■	■	■
	2) <i>Media Monitoring Bulanan</i>	■	■			■
	3) <i>Media Monitoring Isu Khusus</i>		■	■	■	
<i>Issue Management</i>	<i>Brainstorming strategi manajemen isu dan pembahasan isu yang akan diangkat</i>	■	■	■	■	■



aktivitas kerja magang. Tugas utama penulis dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

- **Tugas Utama**

- A. ***Media Monitoring***

William Comcowich (2013) pemantauan media massa adalah kegiatan untuk membaca, mengamati, serta mendengarkan konten maupun berita melalui sumber media secara (portal berita *online*) yang kemudian dilanjutkan dengan proses identifikasi, mengkategorikan, dan menganalisis konten atau berita yang terdiri dari beberapa topik atau kata kunci. Pemantauan media massa juga dibagi menjadi 3 bentuk, yakni:

- 1) *Media Clipping*

*Media clipping* merupakan kegiatan untuk mendokumentasikan artikel maupun naskah berita yang bentuknya dapat berupa teks maupun video.

- 2) *Media Tracking*

*Media tracking* merupakan suatu kegiatan untuk melacak jejak opini publik atas suatu isu tertentu di media massa.

- 3) *Media Content analysis*

Merupakan suatu kegiatan untuk melakukan analisis terhadap isi teks suatu konten pemberitaan.

Konsep diatas berkaitan dengan pekerjaan yang dilakukan oleh penulis. Dalam aktivitas kerja magang, penulis mengerjakan 3 bentuk pemantauan media, mulai dari *media clipping* untuk mendokumentasikan pemberitaan mengenai Kementerian Kesehatan di media massa, kemudian *media tracking* untuk memantau opini ahli mengenai Kementerian Kesehatan, dan *media content analysis* untuk melakukan analisis sentimen pemberitaan mengenai Kementerian Kesehatan di media massa.

Pemantauan media bertujuan untuk mengetahui sentimen pemberitaan terhadap suatu instansi, karena melalui pemantauan media instansi dapat

mengetahui segala perbincangan dan percakapan yang terjadi di seluruh media, baik sosial maupun massa. Pemantauan media juga berguna sebagai alat mitigasi isu/krisis bagi suatu instansi, karena pemantauan media juga dapat berguna untuk membantu dalam pengambilan keputusan saat suatu instansi dilanda isu/krisis agar isu/krisis yang terjadi tidak meluas (Ruslan, 2014). Dalam hal ini Kementerian Kesehatan Republik Indonesia melakukan pemantauan media yang dilakukan setiap hari untuk memantau percakapan mengenai Kementerian kesehatan di media sosial maupun media massa. Pemantauan media ini juga berfungsi memantau sentiment pemberitaan, apakah banyak sentimen negatif atau positif mengenai Kementerian Kesehatan. Pemantauan media juga berfungsi untuk memetakan kubu mana yang pro terhadap keputusan yang dibuat menteri maupun instansi dan kubu mana yang menolak keputusan tersebut. Sebagai contoh, dimana pada saat instansi berada dalam krisis yang diakibatkan oleh disahkannya Undang-Undang Kesehatan atau UU Kesehatan yang mengundang banyak sekali kontroversi dari kalangan dokter hingga tenaga medis. Dalam kondisi tersebut pemantauan media berfungsi untuk memetakan yang mana kawan atau pihak yang mendukung UU Kesehatan dan yang mana lawan atau pihak yang tidak mendukung undang-undang tersebut dengan menggunakan teknik *media clipping* dan *media tracking*.

Pada kegiatan kerja magang, penulis memiliki tugas utama untuk melakukan pemantauan media di media massa. Kegiatan pemantauan media massa ini bertujuan untuk memantau isu kesehatan apa yang tengah hangat dibicarakan publik di media massa. Pemantauan media massa juga dilakukan untuk memantau sentimen pemberitaan di media massa mengenai kebijakan atau Undang-Undang yang dibuat oleh Kementerian Kesehatan.

Dalam membuat laporan pemantauan media, penulis melakukannya dengan sistem semi-otomatis, dimana penulis menerima data yang berasal dari vendor, yang kemudian penulis melakukan pengolahan dan pengecekan terhadap data tersebut dan nantinya akan dibuat dalam bentuk narasi. Setelah penulis selesai dalam mengecek dan mengolah laporan pemantauan media, selanjutnya penulis memberikan laporan tersebut kepada pembimbing magang untuk kemudian

dilakukan pengecekan sebelum laporan tersebut diserahkan kepada kepala biro dan selanjutnya kepada Menteri Kesehatan. Penulis sendiri melakukan pemantauan media massa yang terbagi menjadi dua periode, yakni pemantauan media massa periode harian dan bulanan. Pemantauan media massa harian merupakan kegiatan yang dilakukan setiap hari oleh penulis, dimana pemantauan media massa harian ini merupakan pemantauan terhadap pemberitaan atau isu mengenai kesehatan dalam periode satu hari saja atau dalam kurun waktu 24 jam. Selanjutnya adalah pemantauan media massa bulanan. Pemantauan media massa bulanan ini merupakan pemantauan media yang dilakukan untuk mengumpulkan pemberitaan mengenai suatu isu yang paling penting dari pemantauan media massa harian untuk kemudian dikumpulkan menjadi satu dan dibahas untuk menjadi bahan rencana komunikasi kedepannya. Selain terbagi kedalam dua periode tersebut, penulis juga melakukan pemantauan media massa yang bersifat khusus atau yang disebut dengan pemantauan media massa khusus. Pemantauan media massa isu khusus ini dilakukan penulis apabila instansi sedang mengalami krisis yang mengharuskan penulis untuk mengumpulkan informasi atau pemberitaan mengenai suatu isu yang menyebabkan instansi berada dalam krisis. Suatu isu dikatakan sebagai sebuah isu khusus apabila suatu isu tertentu dianggap berpotensi menyebabkan terjadinya krisis komunikasi kedepannya, sehingga dianggap sebagai sebuah ancaman yang harus segera ditangani. Jika terjadi sebuah isu khusus, maka tahapan awal yang dilakukan adalah untuk mengumpulkan semua pemberitaan terkait dengan isu tersebut, dengan tujuan untuk mengetahui sentimen pemberitaan mengenai isu tersebut. Tujuan dari pemantauan media massa isu khusus adalah untuk menyusun strategi komunikasi sebagai respon untuk mengatasi suatu isu yang mengakibatkan instansi berada dalam krisis.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



**Pemantauan Media  
"Demo RUU Kesehatan"  
(Periode 07-08 Mei 2023)**

**Media Massa:**

1. <https://nasional.kompas.com/read/2023/05/07/11142431/kemenkes-minta-aksi-idi-dkk-tolak-ruu-kesehatan-tak-ganggu-layanan-kesehatan> Positif
2. <https://nasional.kompas.com/read/2023/05/08/10490331/demo-tolak-ruu-kesehatan-dan-potensi-melemahnya-perlindungan-nakes> Positif
3. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230508102559-20-946586/kemenkes-soal-aksi-idi-tolak-ruu-kesehatan-mat-melindungi-kok-didemo> Positif
4. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230508123825-20-946678/ribuan-dokter-dan-perawat-demo-di-pstung-kuda-tolak-ruu-kesehatan> Positif
5. <https://www.cnnindonesia.com/lifestyle/20230508115235-33-435377/idi-dkk-tolak-ruu-kesehatan-kemenkes-kok-didemo> Positif
6. <https://www.liputan6.com/health/read/5279240/rencana-aksi-damai-tolak-pembahasan>

**Gambar 3.1** Contoh Laporan Pemantauan Media Massa Isu Khusus  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023).



**Gambar 3.2** Contoh Laporan Pemantauan Media Massa Harian  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)



**Gambar 3.3** Contoh Laporan Pemantauan Media Massa Bulanan  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

## B. Issue Management

Menurut Chase & Jones dalam Kriyantono (2016, p. 181) manajemen isu merupakan sebuah permasalahan yang belum terselesaikan, sehingga memerlukan keputusan cepat untuk mengatasi isu tersebut. Isu juga merupakan kondisi yang berlangsung, baik di dalam maupun di luar organisasi, yang jika terus berlanjut, maka akan menyebabkan efek yang cukup signifikan pada fungsi maupun performa organisasi di kemudian hari. Terdapat lima aktivitas dalam melakukan manajemen isu, dibawah ini merupakan lima aktivitas yang dilakukan penulis dalam melakukan manajemen isu saat aktivitas kerja magang:

### 1) Mengidentifikasi isu

Identifikasi isu merupakan Langkah awal yang digunakan dalam melakukan manajemen isu. Langkah awal ini merupakan proses untuk mengenali isu yang dapat memengaruhi instansi. Dalam aktivitas kerja magang, penulis melakukan langkah identifikasi isu dengan melakukan *monitoring* suatu isu pada media massa untuk memantau isu kesehatan apa yang paling banyak dibicarakan oleh masyarakat yang kemudian dilaporkan dan dibahas pada rapat pembahasan manajemen isu.

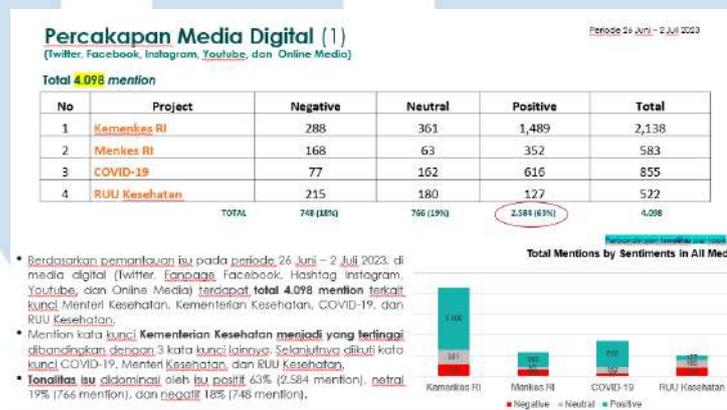


Gambar 3.4 Contoh Identifikasi Isu melalui Pemantauan Media Kementerian Kesehatan

Sumber: Dokumen Pribadi 2023

## 2) Analisis Isu

Langkah kedua ini merupakan langkah yang dilakukan untuk menganalisis kebenaran mengenai suatu isu, apa yang menyebabkan isu tersebut dapat terjadi, dan dari mana datangnya isu tersebut. Dalam aktivitas kerja magang, penulis melakukan proses analisis isu dengan menggunakan *tools media monitoring* untuk melakukan analisis mengenai kebenaran suatu isu kesehatan yang sedang ramai dibicarakan oleh masyarakat dan dari mana asal isu tersebut.



Gambar 3.5 Contoh Analisis Isu Kementerian Kesehatan (Statistik Pemberitaan)

Sumber: Dokumen Pribadi 2023

## 3) Merumuskan Strategi Manajemen Isu

Strategi manajemen isu merupakan langkah atau respon yang diambil oleh suatu instansi terhadap suatu isu yang dinilai berbahaya bagi suatu instansi. Pada tahap ini, suatu instansi harus menentukan sikapnya untuk merespon suatu isu atau melakukan *counter* terhadap suatu isu untuk menjaga citra instansi dan menguntungkan instansi. Pada langkah ini, penulis turut membantu dalam *brainstorming* mengenai langkah yang diambil untuk menangani suatu isu kesehatan yang beredar di masyarakat yang tujuannya adalah untuk melakukan respon terhadap isu yang akan berdampak negatif di kemudian hari bagi instansi.

### Rencana Komunikasi

No	Isu/Program	Sasaran Audiens	Naras	Produk dan Kanal	Waktu Pelaksanaan	Penanggung Jawab Konten
11	Kebudayaan di masa endemi	Masyarakat Umum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apa itu endemi?</li> <li>• Peran masyarakat dalam meniasa diri dan pencegahan COVID-19 secara mandiri</li> <li>• Protokol di masa endemi</li> <li>• Perilaku yang baik karena COVID-19 di masa endemi</li> <li>• Keberlanjutan program kesehatan COVID-19</li> <li>• Optimalisasi penggunaan SATUHEAT</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infografis, Ris, Prescan, Kemencast</li> <li>• Media (Kemendesa)</li> <li>• Website (SehatLegenda)</li> <li>• Youtube</li> </ul>	Minggu II - III	Ditem P2P: Bekam, Prokasi, DFO
12	Tujuan Kesehatan Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responden</li> <li>• Stafes</li> <li>• CLP/PMda</li> <li>• Masyarakat Umum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Data Aktual, Kebijakan, Jejak</li> <li>• Laporan pelaksanaan SD</li> <li>• Membuat data SM untuk penyusunan kebijakan nasional dan daerah</li> <li>• Partisipasi dan dukungan publik (suara dan gerak)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemencast, Talkshow, SIR (Infografis, artikel, video)</li> <li>• Youtube, IPR, Media (Kemendesa, BPKP), Website (SehatLegenda, BPKP)</li> </ul>	Minggu I - IV	BKPK, Bekam
13	EduHealth	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calon mahasiswa</li> <li>• Orang tua</li> <li>• Dunia usaha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengenalan kepada calon mahasiswa terkait profil Poltekkes</li> <li>• Peluang kerjasama dunia usaha terkait inovasi di Poltekkes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemencast</li> <li>• Youtube</li> </ul>	Minggu II	Ditem Hakeas, Bekam

**Gambar 3.6** Strategi Manajemen isu Kementerian Kesehatan

Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

#### 4) Pelaksanaan Program (*Issue Action Program*)

Langkah ini merupakan langkah untuk menjalankan program manajemen isu yang sebelumnya telah direncanakan pada langkah strategi. Dalam aktivitas kerja magang, pada langkah ini biasanya merupakan langkah dimana instansi melakukan penanganan isu melalui kerja sama dengan berbagai media untuk menampilkan pemberitaan positif melalui media massa. Pada langkah ini, tugas penulis adalah untuk melakukan listing terhadap banyaknya pemberitaan yang telah ditampilkan oleh media yang bersangkutan.



**Gambar 3.7** Issue Action Program Kementerian Kesehatan

Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

## 5) Evaluasi

Langkah ini merupakan langkah untuk melakukan penilaian mengenai respons instansi terhadap suatu isu, apakah sudah berhasil berjalan dengan baik dan mampu mengatasi isu yang akan berdampak buruk bagi instansi. Pada langkah ini, penulis bertugas untuk melakukan pemantauan, apakah program manajemen isu yang direncanakan sudah berjalan atau belum, untuk kemudian dilaporkan dalam rapat evaluasi manajemen isu.

Rencana Komunikasi						
No	Isu/Program	Sasaran Audiens	Narasi	Produk dan Kanal	Waktu Pelaksanaan	Penanggung Jawab Konten
1	Har. Bush Sedunia	Masyarakat Sisiua	• Manfaat buah dalam menjaga kesehatan	• Infografis, Artikel, Talkshow SRK • Media (Ayocehat, SRK), Website (Ayocehat), SRK	Minggu I	Pranika, Rakom
2	Har. Saka Bhakti Husada	• Masyarakat Umum • Promuka	• Pesisir Saka Bhakti Husada dalam mendukung transformasi kesehatan (tama Tahun 2022) (tahun 2023)	• Artikel, Eka, Infografis, Kencaan • Website (Ayocehat, SakaBhakti), Medias (Kemkes, Ayocehat, DirjenKemkes), Youtube	Minggu II	Dita, Kemros, Pranika, Rakom
3	Har. Anak Nasional	Masyarakat Sisiua, Mahasiswa, anak dan remaja	• Semina Hipotesis Kongenital • Tema KFFA: "Anak Terlindungi, Indonesia Makin Berkembang" • Webinar aka berazi • Edukasi PPIH anak • Kampanye hak anak untuk perlindungan dan anak tolak • Edukasi PRC anak • SRK untuk masa depan anak • Vaksin untuk anak	• Infografis, Live IG, Grafis, Artikel, Webinar, Talkshow SRK, Media (Ayocehat, PPIH, R, S, Indonesia, farmakol), Website (Indonesianews), Youtube, SRK	Minggu III & IV	Dita, GEM, Dita, Kemros, Dita, PPIH, Dita, Pranika, Rakom

**Gambar 3.8** Manajemen isu Kementerian Kesehatan

Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

Manajemen isu tentunya menjadi sangat penting bagi suatu instansi, karena melalui manajemen isu, suatu instansi dapat melakukan pengelolaan strategi untuk menghadapi suatu isu yang mungkin akan berdampak negatif bagi suatu instansi. Dalam hal ini, manajemen isu tentunya menjadi sangat penting bagi Kementerian Kesehatan sebagai sebuah instansi pemerintahan republik Indonesia, karena sebagai sebuah instansi pemerintahan yang mengatur dan membuat kebijakan mengenai kesehatan, pastinya Kementerian Kesehatan akan disorot oleh publik jika kebijakan yang dikeluarkan dianggap tidak berpihak kepada masyarakat. Melalui manajemen isu, Kementerian Kesehatan dapat melakukan identifikasi dan analisis untuk merespon isu yang dapat mengakibatkan krisis dan berdampak buruk bagi instansi di kemudian hari.

Dalam kegiatan magang di tim Kerja Strategi Komunikasi, penulis turut dilibatkan dalam kegiatan rapat bulanan manajemen isu untuk membahas isu-isu apa saja yang sedang ramai dibicarakan. Agenda manajemen isu ini melibatkan banyak tim kerja lainnya, seperti Tim Kerja Produksi Komunikasi dan Publikasi, Tim Kerja Internal, sampai pada tim lain dari Direktorat Jenderal Kementerian Kesehatan untuk bersama-sama melakukan *brainstorming* untuk membahas strategi manajemen isu.

### **C. Menyusun Strategi Komunikasi**

Jasmine Roberts (2016) strategi komunikasi merupakan penggunaan komunikasi yang dilakukan oleh suatu instansi yang bertujuan untuk mencapai suatu misi. Strategi komunikasi juga berperan penting bagi suatu instansi atau organisasi untuk memahami cara menyampaikan pesan yang ingin mereka sampaikan kepada audiens, misalnya dengan lebih mengenali khalayak dan menyusun pesan dengan baik agar pesan yang disampaikan dapat lebih efektif dan terarah. Dalam hal ini Kementerian Kesehatan Republik Indonesia melakukan penyusunan strategi komunikasi untuk memetakan target audiens dan target media yang ingin disasar agar pesan yang disampaikan dapat lebih terarah dan dapat diterima dengan baik oleh publik. Sebagai contoh saat penyusunan strategi komunikasi yang dibuat oleh Kementerian Kesehatan untuk kegiatan mudik lebaran 2023, dimana Kementerian Kesehatan melakukan penyusunan strategi komunikasi agar masyarakat tetap menjaga protokol kesehatan selama mudik. Dalam penyusunan strategi komunikasi ini, Kementerian Kesehatan melakukan berbagai tahap seperti target audiens dan pesannya akan disampaikan di media apa saja agar pesan yang disampaikan terarah dan tepat kepada khalayak sasaran.

R. Wayne Pace (2015) membagi tujuan utama dari strategi komunikasi sebagai berikut:

- 1) *To secure understanding*, dimana strategi komunikasi bertujuan untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi. Apabila audiens telah mengerti dan menerima pesan, maka penerima pesan tersebut harus dibina dengan baik.

- 2) *To establish acceptance*, yang berarti bagaimana cara penerimaan pesan itu terus dibina dengan baik.
- 3) *To move action*, strategi komunikasi juga memiliki tujuan untuk memotivasi penerima pesan.
- 4) *The goals which the communicator sought to archive*, merupakan bagaimana mencapai suatu tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator (sebagai penyampai pesan) dari suatu proses komunikasi yang disampaikan.

Kaitannya konsep mengenai strategi komunikasi diatas dengan pekerjaan yang dilakukan oleh penulis ialah, agar penulis dapat lebih memahami bahwa setiap strategi komunikasi tentunya memiliki tujuan yang hendak dicapai. Konsep strategi komunikasi diatas membantu penulis dalam melakukan penyusunan strategi komunikasi yang baik, mulai dari menyusun pesan inti yang mudah dipahami audiens, memetakan khalayak atau *target audience*, hingga memetakan di media mana saja pesan ingin ditampilkan. Hal tersebut membantu penulis dalam membuat pesan yang baik dalam strategi komunikasi, sehingga pesan yang disampaikan dapat dimengerti dengan baik oleh audiens dan dapat memotivasi audiens untuk melakukan apa yang disampaikan melalui pesan tersebut, sehingga tujuan komunikasi dapat tercapai.

Dalam kegiatan magang, penulis juga diberi tugas untuk membantu dalam memberikan ide untuk menyusun strategi komunikasi mudik lebaran 2023 yang bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Pada kegiatan ini, penulis membantu untuk memetakan khalayak sasaran dan membantu melakukan pemilihan media komunikasi yang tepat untuk menyebarkan kampanye tersebut berdasarkan data yang telah diberikan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Strategi komunikasi mudik lebaran bertujuan untuk membangun kesadaran publik untuk tetap mematuhi protokol kesehatan dan mengutamakan keselamatan dalam menjalankan kegiatan mudik lebaran 2023. Strategi komunikasi mudik lebaran ini juga bertujuan untuk membangun opini positif pemerintah dalam menjamin

keselamatan dan kesehatan masyarakat yang melakukan mudik lebaran 2023. Dalam kegiatan penyusunan strategi komunikasi ini, penulis berada pada *layer* pertama untuk membuat strategi komunikasi mudik lebaran 2023, dimana setelah selesai melakukan pembuatan strategi komunikasi ini, maka langkah selanjutnya adalah untuk diserahkan kepada penanggung jawab magang untuk kemudian dinilai apakah sudah bisa diteruskan kepada kepala biro atau belum.



**Gambar 3.9** Contoh Strategi komunikasi Kementerian Kesehatan

Sumber: Dokumen Pribadi 2023



**Gambar 3.10** Pemetaan Khalayak Sasaran dalam Strategi Komunikasi Kementerian Kesehatan

Sumber: Dokumen Pribadi 2023

## MEDIA KOMUNIKASI

	<b>Paid Media</b>	Adverforial branded/unbranded di media online atau media cetak.
	<b>Earned Media</b>	1. Wawancara media, talkshow melalui televisi dan radio bersama dengan jurnalis atau dengan pejabat Kemenkes. 2. Konferensi pers kesiapan layanan mudik dan update COVID-19. 3. Melakukan liputan media di lapangan secara langsung, kesiapan fasyankes dan nakes.
	<b>Shared Media</b>	1. Membuat Twibbon #MudikAmanBerkesan2023 dengan menaruh link twibbon di bio media sosial Kemenkes. 2. Menyebarluaskan flyer/poster melalui media sosial Kemenkes dan perpesanan (WA/telegram) serta media dan pegawai internal.
	<b>Owned Media</b>	Melakukan publikasi konten melalui owned media milik Kemenkes: Website, Radio, TV Kesehatan atau Halo Kemenkes.
	<b>Out of Home Media / Pelibatan Stakeholders</b>	1. Membuat dan menyebarluaskan poster/spanduk/banner di tempat-tempat strategis (terminal, bandara, pelabuhan, stasiun, rest area, tempat wisata, pusat perbelanjaan, fasyankes, dll). 2. Kolaborasi dukungan lintas sektor, dunia usaha, ormas, K/L/D.

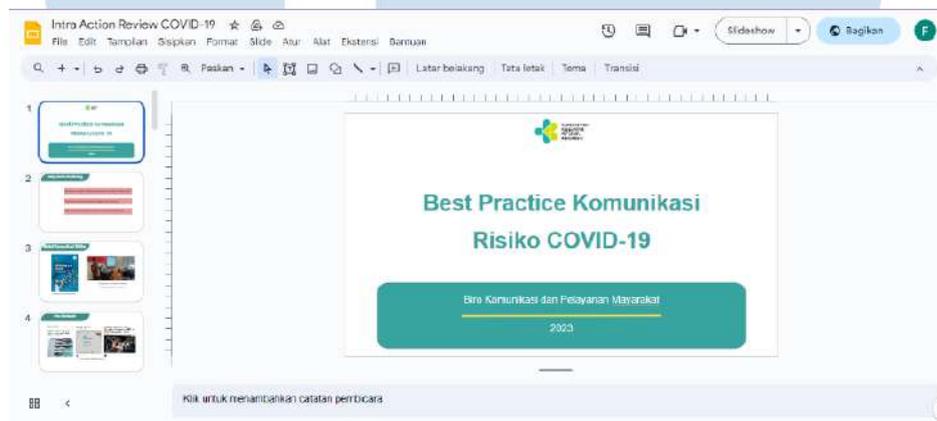
**Gambar 3.11** Contoh Pemetaan Target Media dalam Strategi Komunikasi Kementerian Kesehatan

Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

### D. Kurasi konten *Intra-Action Review*

Mary Ann Liebert (2021) *intra-action review* (IAR) merupakan *review* kualitatif aksi kedaruratan secara sistematis dan kritis yang dilakukan oleh stakeholder. Output IAR adalah identifikasi kesenjangan, tantangan, *best practices*, serta perbaikan terhadap respon terhadap suatu pandemi penyakit. IAR tidak hanya mencakup mengenai penanganan kesehatan di masa pandemi saja, melainkan juga mencakup mengenai komunikasi resiko dan pemberdayaan masyarakat. IAR merekomendasikan evaluasi dampak dari kampanye komunikasi risiko yang berkelanjutan untuk memastikan pesan komunikasi yang disampaikan tepat sasaran dan dapat diterima oleh audiens (masyarakat, tokoh masyarakat dan tokoh agama). Dalam hal ini Kementerian Kesehatan melakukan turut menyertakan organisasi kesehatan dunia (WHO) untuk membahas IAR, apakah sekiranya segala sesuatu yang dijalankan oleh Kementerian Kesehatan yang dimulai dari aspek kesehatan sampai kepada komunikasi resiko sudah sesuai atau belum berdasarkan standar WHO. Dalam hal ini, IAR juga dimanfaatkan oleh Kementerian Kesehatan untuk berkaca apakah pesan-pesan yang disampaikan oleh kementerian kesehatan pada masa pandemi sudah benar dan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan bagaimana untuk menanggapi isu hoax yang beredar di masyarakat. Selain itu IAR juga dimanfaatkan menciptakan reputasi positif di masyarakat dengan memberitahu masyarakat mengenai pekerjaan yang dilakukan oleh Kementerian Kesehatan selama masa pra pandemi, masa pandemi, dan masa *new normal* setelah status pandemi sudah dihilangkan.

Dalam kegiatan kerja magang, penulis juga diberi tugas untuk membantu dalam pembuatan *intra-action review* atau IAR bersama dengan Tim Kerja Strategi Komunikasi. Daalam proses pembuatan IAR, penulis bertugas untuk melakukan kurasi konten, dimana penulis melakukan pengumpulan foto atau dokumentasi mengenai apa saja yang telah dilakukan oleh Tim Kerja Strategi Komunikasi selama masa pandemi COVID-19, mulai dari masa pra pandemi, saat pandemi, hingga pasca pandemi. Dalam proses pengumpulan dokumentasi untuk IAR, penulis mengumpulkan dokumentasi yang berasal dari website resmi serta media sosial resmi milik Kementerian Kesehatan Republik Indonesia



**Gambar 3.12** Contoh IAR Kementerian Kesehatan

Sumber: Dokumen Pribadi 2023



**Gambar 3.13** Contoh IAR Kementerian Kesehatan (Masa Pra Pandemi)

Sumber: Dokumen Pribadi 2023



**Gambar 3.14** Contoh IAR Kementerian Kesehatan (Masa Peralihan Status Pandemi Menjadi Endemi)

Sumber: Dokumen Pribadi 2023

## • Tugas Tambahan

Selain tugas utama diatas, penulis juga memiliki tugas tambahan yang dilakukan bersama dengan tim kerja lainnya di dalam Biro Komunikasi dan Pelayanan Publik Kementerian Kesehatan. Berikut penjelasan dari tugas tambahan tersebut:

### A. Pembuatan Konten dan Desain Poster Media Sosial

Dalam aktivitas kerja magang, penulis juga memiliki pekerjaan tambahan disamping pekerjaan wajib sebagai anggota Tim Kerja Strategi Komunikasi Kementerian Kesehatan. Penulis bekerja sama dengan Tim Kerja Produksi Komunikasi dan Publikasi serta Tim Internal Kementerian Kesehatan. Pekerjaan tambahan yang dikerjakan penulis berada pada ranah sosial media, yakni dengan melakukan pembuatan konten dan poster media sosial untuk suatu *event*.

Van Dijk (2013) media sosial merupakan media baru yang dapat memungkinkan setiap penggunanya berbicara, berbagi, berpartisipasi, serta menciptakan jejaring *online* antar sesama penggunanya. Oleh sebab itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium *online* yang menguatkan hubungan diantara satu pengguna dan pengguna lainnya dan menjalin ikatan sosial.

Miles (2019) menjelaskan bahwa terdapat tiga cara efektif untuk mempublikasikan konten di media sosial Instagram, yakni:

#### 1) *Feed*

*Feed* merupakan fitur Instagram yang berguna untuk membagikan foto dan video bagi pengguna Instagram. *Feed* juga merupakan fitur

Instagram yang paling dikenal dan paling banyak digunakan oleh pengguna Instagram.

2) *Stories*

*Stories* merupakan fitur Instagram berupa konten singkat yang sifatnya sementara atau akan menghilang setelah dua puluh empat jam.

3) IGTV

IGTV merupakan fitur Instagram yang membuat pengguna Instagram dapat mempublikasikan video yang durasinya lebih panjang.

Konsep diatas berkaitan dengan pekerjaan tambahan yang dilakukan oleh penulis, dimana penulis melakukan pembuatan atau publikasi konten dengan memanfaatkan fitur Instagram, seperti membuat poster untuk *stories* akun Instagram @lifeatkemenkes dan membuat konten *feeds* Instagram mengenai polusi udara untuk dipublikasikan pada akun @kemenkes\_ri.

Kementerian Kesehatan sebagai instansi pemerintahan memanfaatkan berbagai fitur media sosial untuk menyebarkan informasi mengenai isu kesehatan dan untuk mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam menerapkan pola hidup sehat. Media sosial juga dimanfaatkan Kementerian Kesehatan untuk meningkatkan serta menjaga reputasi Kementerian Kesehatan. Selain itu, media sosial juga dimanfaatkan Kementerian Kesehatan untuk lebih dekat dengan publik. Sebagai contoh, Kementerian Kesehatan selalu melakukan siaran langsung di kanal media sosial resminya pada saat peringatan hari-hari kesehatan. Pada siaran langsung tersebut, audiens atau dalam hal ini masyarakat diberikan kesempatan untuk bertanya hal-hal seputar kesehatan kepada dokter atau tenaga ahli kesehatan yang menjadi narasumber. Hal ini dilakukan oleh Kementerian Kesehatan untuk dapat lebih dekat dengan masyarakat atau audiens dan meningkatkan dan menjaga citra positif Kementerian Kesehatan di mata masyarakat.

Pada pekerjaan tambahan ini, penulis bekerja sama dengan Tim Kerja Komunikasi Internal Kementerian Kesehatan untuk membuat poster dalam rangka memperingati hari kemerdekaan Indonesia untuk menarik perhatian

masyarakat dan memancing partisipasi masyarakat untuk meramaikan hari Kemerdekaan Indonesia. Dalam mendesain poster, tahapan awal yang dilalui oleh penulis adalah dengan mengadakan rapat bersama Tim Internal Kementerian Kesehatan dan kemudian penulis diberikan *brief* mengenai konsep dan tema poster yang harus dibuat. Dalam proses pembuatan poster media sosial ini, penulis diberi kebebasan untuk mendesain poster tersebut, namun tetap mengikuti konsep dan tema yang diberikan pada saat *briefing*.



**Gambar 3.15** Contoh Poster Media Sosial Kementerian Kesehatan Edisi Kemerdekaan

Sumber: Akun Instagram Kementerian Kesehatan (2023)

Pada tugas tambahan ini, penulis juga memiliki tugas lain yang dilakukan bekerja sama dengan Tim Kerja Produksi Komunikasi dan Publikasi Kementerian Kesehatan. Tugas yang dilakukan bersama Tim Kerja Produksi Komunikasi dan Publikasi adalah pembuatan konten video media sosial mengenai isu polusi udara yang saat itu menjadi perhatian masyarakat. Dalam video konten mengenai isu polusi udara di Jakarta, penulis bertugas sebagai *talent* yang tampil di dalam video konten tersebut. Tujuan dibuatnya konten video tentang polusi udara tersebut adalah untuk memberi pesan informasi serta mengajak masyarakat agar membatasi aktivitas diluar rumah apabila tidak ada keperluan yang mendesak, yang secara tidak langsung mengundang partisipasi masyarakat Indonesia dalam mengurangi polusi udara.



**Gambar 3.16** Contoh Konten Video TikTok Kementerian Kesehatan Mengenai Isu Polusi Udara  
Sumber: Dokumen Pribadi (2023)

### 3.2.3 Kendala Utama

Selama menjalani praktik kerja magang di Kementerian Kesehatan sebagai anggota Tim Kerja Komunikasi Strategis, penulis menemukan beberapa kendala saat menjalani proses kerja magang sebagai berikut:

1. Penggunaan *media monitoring tools* yang sangat berbeda jika dibandingkan *media monitoring tools* yang digunakan pada masa perkuliahan yang masih menggunakan *free tools*. Latihan *media monitoring tools* pada masa perkuliahan juga masih terbatas pada *monitoring* media sosial saja dan tidak sampai pada *monitoring* media massa.
2. Tahapan penanganan krisis yang berbeda jika dibandingkan dengan apa yang diajarkan pada masa perkuliahan. Pada perkuliahan lebih banyak materi mengenai cara menangani suatu krisis, namun tidak dengan cara untuk mencegah suatu krisis. Pada perkuliahan juga lebih banyak membahas teknik-teknik dalam menghadapi krisis, berbeda dengan dunia nyata yang dimana terdapat *step by step* sebelum masuk kepada teknik penanganan krisis.

### 3.2.4 Solusi Utama

1. Berkonsultasi dan belajar dengan penanggung jawab magang untuk menggunakan *media monitoring tools*, khususnya *mass media monitoring tools*.
2. Bertanya kepada penanggung jawab magang dan mempelajari bagaimana cara untuk mencegah krisis beserta tata cara penanganannya apabila instansi menghadapi krisis.

