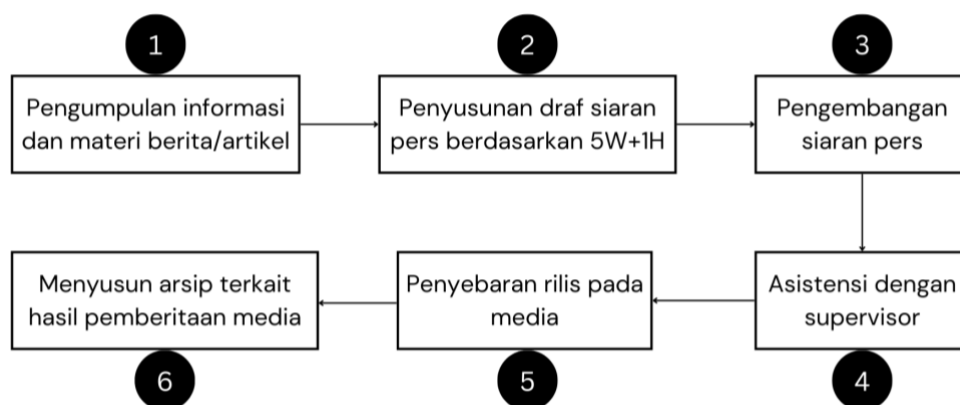


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang berlangsung sejak Februari sampai dengan Mei 2025 dengan posisi sebagai Digital Media & Events Coordinator di bawah Divisi Media Relations. Posisi ini bertanggung jawab atas aktivitas digital dan jalinan relasi dengan media mitra. Selama masa magang, proses kerja berada langsung di bawah supervisi Anis Faisal Reza selaku *director*. Di dalam divisi ini, setiap posisi saling melengkapi satu sama lain dalam mendukung pelaksanaan strategi komunikasi kepada pihak eksternal. Berikut merupakan alur kerja divisi Media Relations:



Gambar 3.1 Alur Kerja Divisi Media Relations

Sumber: Data Olahan Laporan (2025)

Pertama, Media Relations Manager mengumpulkan informasi dan materi berita atau artikel dari pihak yang bersangkutan dengan acara atau kejadian. Misalnya, dalam salah satu program yang dilaksanakan—Safari Kampung—Media Relations Manager akan menghubungi pelaksana acara di lapangan untuk mendapatkan data dan informasi yang terjadi saat Safari Kampung berjalan. Kemudian, posisi ini bertugas untuk mengklasifikasikan rangkaian informasi yang dikumpulkan ke dalam format 5W+1H (*what, who, when, why, where, dan how*).

Selanjutnya, rangkaian 5W+1H ini dikembangkan oleh Content & Publications Specialist menjadi beberapa materi tertulis, seperti *press release* dan artikel. Materi publikasi yang sudah tersusun kemudian diteruskan kepada *director* selaku *supervisor*, untuk memberikan masukan terhadap tulisan. Di samping itu, *supervisor* juga berfungsi memastikan apa yang tertulis pada materi tersebut—termasuk diksi yang digunakan—tidak keluar dari pedoman, dan bisa diterima oleh khalayak.

Setelah *supervisor* menyatakan persetujuannya untuk materi ditayangkan, Digital Media & Events Coordinator menjalankan fungsinya untuk menyebarkan materi tersebut kepada pihak eksternal. Pihak eksternal ini merupakan media yang berpotensi mengangkat rilis melalui beritanya. Pemberitaan yang telah dilakukan kemudian dikumpulkan oleh koordinator untuk keperluan pelaporan hasil publikasi.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Dalam proses kerja magang selama enam ratus empat puluh jam, Digital Media & Events Coordinator melakukan berbagai jenis pekerjaan, mulai dari berkoordinasi dengan pihak media untuk kebutuhan liputan, mengelola hubungan dengan media, memastikan pembaruan *database* media, serta mengumpulkan hasil pemberitaan. Apabila diperlukan, posisi ini juga mengatur berbagai kegiatan dengan pihak media—termasuk penyediaan kebutuhan teknis untuk kegiatan bersama media mitra.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas yang dilakukan oleh seorang Digital Media & Events Coordinator dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang Digital Media & Events Coordinator

Media Handling	Melakukan pengumpulan media beserta kontakannya untuk diberikan <i>press release</i> , serta menjadi narahubung bagi pihak media. Koordinator juga bertugas menjaga komunikasi yang efektif dengan media untuk memastikan pemberitaan berjalan dengan baik dan tepat.
-----------------------	---

<i>Release Writing</i>	Membuat siaran pers berdasarkan materi yang didapatkan untuk kemudian diolah menjadi pemberitaan yang memiliki <i>news value</i> .
-------------------------------	--

Sumber: Data Olahan Laporan (2025)z

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang Digital Media & Events Coordinator dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

3.3.2.1 Media Handling

Dalam menjalankan perannya, pelaku magang Digital Media & Events Coordinator bertanggung jawab atas membangun dan mengelola interaksi dengan media. Tanggung jawab ini menjadi dasar aktivitas posisinya di GMLS. Namun, sebelum membangun interaksi tersebut, terdapat rangkaian proses internal yang harus dilakukan hingga materi publikasi siap untuk didistribusikan kepada media.

Tahap awal dimulai dari pengumpulan informasi oleh Media Relations Manager. Informasi didapatkan dari pelaksana program di lapangan dan mencakup rincian peristiwa, data narasumber, serta dokumentasi kegiatan. Informasi ini selanjutnya diklasifikasikan ke dalam format 5W+1H yang menjadi kerangka dasar penulisan materi publikasi. Kerangka dasar ini kemudian diteruskan kepada Content & Publication specialist untuk dikembangkan menjadi naskah rilis.

Bersamaan dengan proses penyusunan materi publikasi oleh kedua peran tersebut, Digital Media & Events Coordinator menjalankan tugas pengumpulan data media. Dalam melakukan pengumpulan data, langkah awal yang dilakukan adalah menentukan media sasaran yang akan menerima materi publikasi. Penentuan media sasaran ini didasarkan pada segmentasi yang diterapkan, dengan mempertimbangkan relevansi audiens, kedekatan geografis, dan nilai berita setiap kegiatan GMLS. Berdasarkan segmentasi tersebut, media sasaran diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama.

Kategori pertama adalah media kampus UMN. Media ini ditetapkan untuk segala kegiatan yang merupakan kolaborasi antara GMLS dengan UMN, sehingga informasi yang disampaikan sesuai dengan civitas akademika. Pemberitaan dilakukan untuk menyampaikan informasi terkait proyek kerja sama antara GMLS

dengan UMN, yang dapat memperkuat *positioning* GMLS sebagai mitra kolaboratif dalam Humanity Project UMN, sekaligus mendokumentasikan bentuk kerja sama tersebut.

Kategori kedua adalah media lokal Banten. Media lokal ditentukan sebagai sasaran utama dalam hampir seluruh kegiatan publikasi. Mengingat seluruh program GMLS dilaksanakan di wilayah Lebak Selatan, media lokal Banten dianggap memiliki kedekatan geografis dan sosiokultural yang paling relevan dengan audiens sasaran, yakni masyarakat setempat, sehingga memiliki peran penting dalam penyebarluasan informasi langsung pada masyarakat setempat.

Kategori terakhir, yakni media nasional. Media ini ditujukan bagi segala kegiatan dengan nilai berita lebih luas dan berpotensi mendapatkan perhatian publik di luar Banten. Publikasi melalui media ini bertujuan untuk memperluas jangkauan informasi, meningkatkan eksposur GMLS, dan membangun citra GMLS di tingkat yang lebih luas.

Setelah melakukan klasifikasi media, Digital Media & Events Coordinator selanjutnya melakukan penelusuran kontak media beserta awaknya, yang mencakup nomor telepon atau alamat surel. Penelusuran dilakukan dengan mencari kanal komunikasi redaksi, seperti pada media sosial, atau situs web media. Informasi kontak redaksi umumnya tercantum pada profil media sosial atau bagian “Editors” atau “Redaksi” pada situs web.

Selanjutnya, informasi kotak yang telah dikumpulkan disusun berdasarkan klasifikasinya. Susunan ini dilakukan dalam *database* berbentuk *spreadsheets*. Media dicantumkan dalam daftar dengan pembagian kolom yang meliputi: (1) nama media, (2) nama jurnalis, dan (3) detail kontak, seperti alamat *email* dan nomor telepon jurnalis. Selain itu, terdapat kolom terakhir yang memuat informasi tambahan yang perlu diketahui tentang media, apabila informasi tersebut tersedia. Informasi ini mencakup, antara lain, jurnalis yang sudah tidak lagi bertugas di media terkait atau media yang sudah tidak beroperasi. Ketidakefektifan media atau jurnalis seperti ini tetap dicantumkan dalam *database* agar tidak kembali menjadi sasaran pencarian atau dihubungi pada proses publikasi berikutnya.

MEDIA LOKAL BANTEN					MEDIA LOKAL NASIONAL								
No	Media	Nama Awak Media	Nomor HP	Keterangan	No	Media	Nama Awak Media	Nomor HP	No	Media	Nama Awak Media	Nomor HP	
1	Bantensatu.com	CONFIDENTIAL	CONFIDENTIAL		1	CONFIDENTIAL	CONFIDENTIAL	CONFIDENTIAL	29	Mix	CONFIDENTIAL	CONFIDENTIAL	
2	Bantennews				2				Liputan6. com	30			Neraca
3	Warta Banten				3				medcom. id	31			Suara.com
4	Detak Banten				4				Sindonews	32			Antaranews
5	Radar Banten				5					33			Antaranews TV
6	Rmolbanten				6				Merdeka. com	34			Kompas
7	Lensa Banten				7				IDN Times	35			Kompas.com
8	Antara Banten				8				Media Indonesia	36			
9	Serpong Update				9					37			
10	Media Kawasan				10				antaranews. com	38			
12	tangerangcorner.com			Media sudah tidak beroperasi	11					39			
13	Seputar Tangsel				12				Berita satu	40			Kompas TV
14	Tribunbanten.com				13				Beritasatu.com	41			
15					14				Berita Satu TV	42			Tribunnews.com
16					15				Metro TV	43			Wartakota
					16					44			
			17	45									
		18	46	Kontan.co.id									
		19	CNN Indonesia	47	Grid.id								
		20	MNC TV	48	Radio Sonora								
		21	NET TV	49	Motion FM								
		22	Jawa Pos	50	Tribunnews								
		23	Antara	51									
		24	Detik.com	52	Tribun Jakarta								
		25	Republika	53	Warta kota								
		26	Viva.id	54									
		27	vivanews. com	55	Harian Kompas								
		28	IDN Times										

Gambar 3.2 Database Kontak Media

Sumber: Data Olahan Laporan (2025)

Pengelolaan *database* ini sejalan dengan pernyataan Wilcox & Reber (2016) bahwa salah satu kegiatan utama praktisi humas adalah menjalin kontak dengan jurnalis dan mengirimkan siaran pers kepada media. Oleh karena itu, penting bagi praktisi humas untuk memiliki daftar media, nama editor, dan alamat yang selalu diperbarui. Adanya *database* media akan mendukung penyusunan daftar media dan distribusi siaran pers yang dilakukan.

Pernyataan Wilcox dan Reber tersebut dibuktikan dengan kemudahan akses yang dimiliki Digital Media & Events Coordinator dalam menemukan nomor telepon dan alamat surel media. Koordinator juga dapat dengan mudah menentukan siapa saja jurnalis yang akan dihubungi. Dengan adanya pembaruan data jurnalis, koordinator dapat mengetahui mana saja media dan jurnalis yang masih dapat dihubungi untuk distribusi rilis.

Setelah menyusun *database*, koordinator selanjutnya melakukan pemetaan penyebaran materi publikasi kepada media. Pemetaan ini dilakukan dengan mempertimbangkan nilai berita dan audiens sasaran dari setiap kegiatan, sekaligus menyesuaikan relevansi materi dengan cakupan masing-masing media, baik media kampus UMN, lokal Banten, maupun nasional. Penyesuaian ini penting agar materi publikasi yang disampaikan relevan dan tepat sasaran sesuai dengan media yang dituju.

			SOR	HUMPRO	EWS	SAFKAM	MARIMBA 1 & 2
MEDIA LOKAL NASIONAL							
No	Media	Nama					
1	Liputan6.com	CONFIDENTIAL					
2	medcom.id						
3	Sindonews						
4	Merdeka.com		SP SO...		14. SP ...		
5	IDN Times						
6	Media Indonesia						
7	antaranews.com						
8	Beritasatu.com			15. SP ...			
9	CNN Indonesia				14. SP ...		
10	MNC TV		SP SO...				
11	NET TV		SP SO...				
12	Jawa Pos				14. SP ...		
13	Antara			15. SP ...	14. SP ...		
14	Detik.com			15. SP ...	14. SP ...		

Gambar 3.3 Spreadsheet Pemetaan Penyebaran Materi Publikasi Media

Sumber: Data Olahan Laporan (2025)

Setelah draf siaran pers selesai, tahap berikutnya adalah proses penyuntingan dan persetujuan oleh *director*. Draf rilis yang telah dibuat kemudian ditinjau *director* untuk memastikan bahwa isi, struktur, dan pemilihan diksi sudah sesuai dengan pedoman komunikasi organisasi dan dinilai layak untuk didistribusikan kepada media. *Director* juga memastikan bahwa materi yang akan disebarkan tidak berpotensi menimbulkan kesalahpahaman publik. Persetujuan ini merupakan tahapan krusial sebelum materi dipindahkan ke proses distribusi.

Selain itu, materi yang telah memenuhi unsur kelayakan berita akan mudah diolah menjadi publikasi. Hal ini sejalan dengan Hartiana (2024) yang menyatakan bahwa nilai berita menjadi acuan penting saat memberikan informasi kepada media. Dengan demikian, materi yang dikirim benar-benar memiliki daya angkat untuk diolah menjadi publikasi.

Setelah materi dinyatakan layak, koordinator hendak memasuki tahap distribusi materi publikasi kepada tim redaksi. Tahap ini dimulai dengan komunikasi awal dengan jurnalis via WhatsApp atau email. Koordinator mengawali interaksi dengan memperkenalkan GMLS sebagai LSM yang berfokus dalam upaya peningkatan mitigasi bencana di Lebak Selatan. Selanjutnya, koordinator memberikan gambaran kepada jurnalis tentang inisiatif yang dilakukan GMLS. Gambaran yang diberikan tersebut sekaligus menjadi jembatan untuk mengirimkan *press release* beserta dokumen pendukung.

Bersamaan dengan itu, koordinator berperan juga sebagai narahubung yang bertugas menanggapi berbagai kebutuhan jurnalis selama proses distribusi. Dalam praktiknya, beberapa jurnalis meminta tautan foto dokumentasi, dokumen dalam format tertentu, atau bahkan mengajak terhubung melalui media sosial redaksi. Bentuk komunikasi seperti ini mencerminkan pernyataan Hartiana (2024) bahwa humas dan media harus saling mendukung dalam proses kerja sehari-hari. Dengan membantu kebutuhan redaksi, koordinator dapat memastikan materi yang diberikan lebih siap digunakan sehingga dapat dipublikasikan dengan lebih optimal.

Setelah menyerahkan materi publikasi kepada jurnalis dan memberikan respon terhadap kebutuhan mereka, selanjutnya koordinator melakukan pemantauan

terhadap seluruh proses publikasi. Pemantauan ini mencakup pencatatan status pengiriman materi, kebutuhan tindak lanjut (*follow-up*), sampai konfirmasi apakah pemberitaan telah dipublikasikan. Dalam beberapa kasus, jurnalis memberikan tautan berita yang telah dipublikasikan. Namun, tidak jarang pula koordinator perlu melakukan pengecekan mandiri secara berkala. Hal ini dikarenakan pihak media tidak selalu memberikan pemberitahuan.

Seluruh perkembangan dan tautan publikasi yang diperoleh kemudian dicatat dan dikumpulkan oleh koordinator dalam *spreadsheet* pemantauan. Daftar tautan yang disusun kemudian disampaikan kepada tim internal GMLS sebagai laporan. Proses ini penting untuk memastikan distribusi telah dilakukan kepada media sesuai pemetaan yang telah dilakukan.

MEDIA LOKAL BANTEN					
No	Media	MARIMBA 1: Panggarangan (On-Site 2)		MARIMBA 2: Nagajaya (On-Site 2)	
1	Lensa Banten	Published	Lensa Banten Marimba 1	Shared	
2	Antara Banten	To be sh...		To be sh...	
3		FOLLO...		FOLLO...	
4	Serpong Update	Published	Serpong Update Marimba 1	Published	Serpong Update Marimba 2
5	Media Kawasan	Published	Media Kawasan Marimba 1	Shared	Media Kawasan Marimba 2
6	Seputar Tangsel	Shared		Shared	

Gambar 3.4 Spreadsheet Pemantauan Distribusi Rilis

Sumber: Data Olahan Laporan (2025)

Dalam praktiknya, tidak seluruh kegiatan yang dikirimkan dalam bentuk rilis diangkat oleh tim redaksi menjadi pemberitaan. Alasan yang ditemukan, antara lain adalah karena rilis yang diberikan kurang selaras dengan waktu dan dinamika pemberitaan media. Temuan ini sejalan dengan pernyataan Musi (2022) yang menyebutkan bahwa salah satu unsur kelayakan berita adalah *timeliness*, yakni berita perlu disiarkan kepada publik dalam waktu yang cepat agar tetap aktual. Kondisi tersebut menjadi pembelajaran bagi tim Media Relations terkait pentingnya aspek kecepatan waktu dalam proses penyusunan dan distribusi rilis.

3.3.2.2 Release Writing

Tugas menulis rilis yang dilakukan koordinator selama masa magang bersifat insidental dan dilakukan secara *ad hoc* berdasarkan arahan *director*. Penulisan siaran pers sendiri bukan merupakan tugas utama dari seorang Digital Media & Events Coordinator, melainkan bagian dari peran Content & Publications Specialist. Selama masa magang di GMLS, koordinator diminta untuk menyusun satu siaran pers kegiatan bertajuk ‘Marimba 2’ yang diselenggarakan pada Mei 2025. Penugasan ini dilakukan karena adanya keperluan penyusunan materi dalam waktu yang singkat. Penyusunan dilakukan secara daring menggunakan perangkat lunak Google Docs. Dalam proses tersebut, koordinator menyusun draf siaran pers berdasarkan informasi 5W+1H yang didapatkan dari Creative Content & Storytelling Specialist Marimba.

Dalam praktik kehumasan, *press release*—atau siaran pers—berfungsi sebagai sarana untuk membangun eksposur publik melalui pemberitaan media (Wilcox, Reber, Shin, & Cameron, 2023). Tujuan utama siaran pers adalah menyampaikan narasi organisasi dari sudut pandang internal secara jelas dan terstruktur (Hanania, 2015).

Informasi yang disampaikan dikemas dalam konteks yang menarik agar dapat menarik perhatian media maupun publik. Oleh karena itu, format dan gaya penulisannya perlu disesuaikan agar mudah dipahami oleh khalayak. Lebih lanjut, Wilcox & Reber (2016) menyebutkan tujuh komponen dasar dalam penulisan siaran pers, atau sebagaimana disebut sebagai ‘*the basic components of a news release*’. Berikut merupakan ketujuh komponen tersebut:

1) *Template*

Templat berfungsi sebagai format yang digunakan organisasi dalam menulis rilis. Templat ini umumnya mengandung kop surat dengan logo, alamat, nomor, alamat surel, dan situs organisasi.

2) *Headline*

Headline merupakan judul utama. Judul bersifat faktual dan memberikan gambaran dari isi rilis yang ditulis.

3) *Dateline*

Dateline atau garis penanggalan merupakan bagian yang memberikan informasi tempat dan tanggal informasi diliput. Bagian ini ditulis pada awal paragraf pertama.

4) *Lead*

Lead merupakan paragraf pertama yang ditulis dalam rilis. Paragraf ini harus mengandung pesan utama rilis, dan mencakup inti keseluruhan rilis dengan muatan 5W+1H. Hanya dalam 30 kata, paragraf ini harus mampu menggambarkan apa yang pembaca harus pahami. Karena itu, elemen paling krusial ini harus faktual tetapi tidak bertele-tele (Seitel, 2017).

5) *Body of the text*

Badan teks merupakan bagian utama siaran pers yang berisi rangkaian paragraf setelah *lead*. Bagian ini memuat berbagai informasi penting terkait topik yang diangkat. Paragraf kedua biasanya memuat detail tambahan untuk mengamplifikasi informasi pada paragraf pertama. Sementara itu, paragraf-paragraf selanjutnya pada badan teks berisi informasi pelengkap dengan tingkat urgensi yang lebih rendah.

6) *Boilerplate description of the organization*

Bagian ini merupakan bagian terakhir dari rilis, yang memuat profil umum tentang organisasi atau perusahaan, salah satunya tujuan organisasi.

7) *Contacts*

Kontak atau narahubung penting untuk dicantumkan pada akhir rilis untuk memberikan akses kepada media untuk menyampaikan pertanyaan lebih lanjut terkait rilis yang dibuat. Bagian ini mencakup informasi nama, jabatan, organisasi, serta nomor telepon atau alamat surel narahubung.

Ketujuh komponen tersebut tercakup dalam penulisan rilis yang dilakukan Digital Media & Events Coordinator terkait Marimba 2. Pertama, rilis ditulis menggunakan *template* yang berisi logo serta akun media sosial GMLS. Kedua, *headline* yang memberikan gambaran tentang inti kegiatan yang dilaksanakan, yakni upaya menanamkan kesiapsiagaan melalui berbagai sarana seperti lagu dan permainan. Ketiga, *dateline* yang berisi tempat, yaitu Lebak, dan tanggal kejadian,

25 Mei 2025. Penulisan kemudian dilanjutkan dengan *lead* yang mencakup 5W+1H kegiatan Marimba.

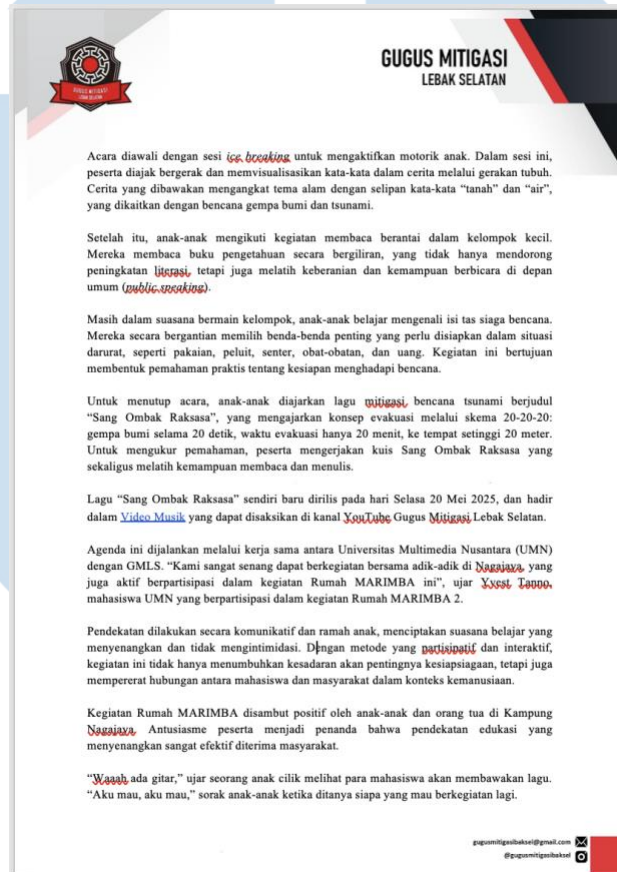


Gambar 3.5 Template Rilis Pers GMLS dan Headline Rilis Pers Marimba 2

Sumber: Data Olahan Laporan (2025)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Selanjutnya, setiap paragraf pada badan rilis ditulis dengan informasi yang mendukung satu paragraf dengan paragraf lainnya. Pada bagian ini pula, dijelaskan lebih rinci terkait isi kegiatan yang diliput.



Gambar 3.6 Body Rilis Pers Marimba 2

Sumber: Data Olahan Laporan (2025)

Pada bagian akhir rilis, dicantumkan pula *boilerplate description* dari GMLS yang mencakup profil singkat dari organisasi tersebut. Terakhir, rilis diakhiri dengan kontak media dari Media Relations Manager Gugus Mitigasi Lebak Selatan selaku editor.

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



Gambar 3.7 Boilerplate Description dan Kontak Media GMLS

Sumber: Data Olahan Laporan (2025)

Selain ketujuh komponen tulisan di atas, materi yang diserahkan kepada media juga sebaiknya mencakup konten digital, seperti infografik, video, gambar, Alat bantu visual seperti ini akan mendukung cerita yang dikomunikasikan (Roop & Co, 2019).



Gambar 3.8 Foto Dokumentasi Kegiatan Marimba 2

Sumber: Data Olahan Laporan (2025)

3.2.3 Kendala Utama

Selama masa kerja magang, terdapat beberapa aspek yang dapat dikembangkan untuk pelaksanaan peran sebagai Digital Media & Events Coordinator, yaitu:

- 1) Adanya kesenjangan antara pembelajaran yang diberikan universitas melalui mata kuliah Media Relations & Publicity Effectiveness dengan praktik di lapangan. Selama di ruang kelas, pembelajaran meliputi hubungan secara langsung dengan pihak media, seperti saat *press conference*. Namun, seluruh interaksi dengan media di lapangan dilakukan secara daring melalui percakapan singkat via email, WhatsApp, atau telepon, yang menuntut kepekaan dan ketepatan tutur, serta kecakapan menentukan gaya berbicara. Keterampilan ini belum diasah secara khusus dalam pembelajaran sehingga kerap menimbulkan kebingungan dalam menentukan cara berkomunikasi yang tepat dan kekhawatiran melakukan kesalahan dalam menanggapi jurnalis.
- 2) Ambiguitas dalam pelaksanaan pekerjaan dan peran masing-masing posisi dalam divisi. Pada awal masa kerja magang, belum terdapat pemahaman yang jelas mengenai alur kerja serta batasan tugas masing-masing posisi dalam divisi. Kondisi ini menimbulkan ketidakpastian alur kerja pada awal masa kerja magang.
- 3) Minimnya notifikasi dari pihak media ketika berita sudah dipublikasikan. Hal ini berpotensi menyebabkan keterlambatan proses dokumentasi dan pelaporan kepada internal organisasi.

3.2.4 Solusi

Berdasarkan kendala-kendala yang dialami saat periode kerja magang berlangsung, berikut merupakan solusi yang diterapkan untuk mengatasinya:

- 1) Untuk menjembatani kesenjangan antara pembelajaran pada mata kuliah Media Relations & Publicity Effectiveness dan praktik di lapangan, dilakukan penyesuaian dalam pola komunikasi dengan media melalui observasi gaya komunikasi jurnalis dan evaluasi berkala terhadap setiap interaksi yang berlangsung. Hal ini membantu melihat apa yang sudah efektif dan apa yang perlu diperbaiki. Selain itu, dilakukan konsultasi

dengan seorang praktisi PR guna memastikan ketepatan diksi, etika komunikasi, dan gaya tutur yang sesuai standar profesional.

- 2) Sebagai upaya mengatasi ambiguitas peran dan alur kerja, dilakukan konsultasi langsung dengan *director* untuk memperoleh kejelasan mengenai pembagian tugas, tanggung jawab setiap posisi, dan ekspektasi kerja. Pada sesi konsultasi, *director* memberikan penjelasan yang jelas dan komprehensif, sehingga ketidakpastian dalam pelaksanaan pekerjaan dapat diminimalisasi dan alur kerja menjadi lebih terstruktur.
- 3) Untuk menanggapi minimnya notifikasi dari pihak media, dilakukan pemantauan secara mandiri dan berkala terhadap kanal media yang telah menerima siaran pers. Pemantauan dilakukan dengan mengecek situs web menggunakan kata kunci yang relevan, sehingga informasi mengenai publikasi berita tetap dapat diperoleh tepat waktu.

