

MENGEMBANGKAN *SOFT SKILLS* DALAM MENGELOLA MEDIA KOMUNIKASI DIGITAL UNTUK MEMBANGUN HUBUNGAN DENGAN PUBLIK

Carnelia Marta Diana¹

¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeu, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15419

carneliamd9aksel2014@gmail.com

ABSTRAK

PT. Fortune Pramana Rancang merupakan agensi yang menyediakan layanan solusi komunikasi terintegrasi berbasis *public relations (PR)*. Pada era ini, banyak perusahaan baru yang muncul dan ingin membangun *brand equity* mereka. Untuk itu, PT. Fortune Pramana Rancang hadir untuk membantu pembentukan *brand equity* dari berbagai perusahaan tersebut. Pada Mei 2021 ini, PT. Fortune Pramana Rancang sedang menangani salah satu perusahaan multinasional untuk membantu membangun hubungan dengan publik sehingga tercipta *brand awareness* dan *product awareness* dari perusahaan tersebut melalui penyelenggaraan event virtual (webinar). Selain dari tujuan yang ingin dicapai, dengan adanya event virtual (webinar) ini juga dapat menciptakan ruang diskusi terbuka untuk membahas topik yang diangkat, yang akan menambah wawasan dan mengedukasi publik dengan menghadirkan para pembicara yang ahli dibidangnya. Dalam mengelola persiapan penyelenggaraan even virtual (webinar) tersebut dibantu oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta sebagai bagian dalam pelaksanaan program KKN UMJ 2021. Dihadiri oleh 34 Jurnalis dari 32 media di Indonesia, acara webinar berjalan lancar dan mendapat antusiasme yang baik dari pihak media maupun publik.

Kata kunci: KKN, Public Relations, Webinar.

ABSTRACT

PT. Fortune Pramana Rancang is an agency that provides integrated communication solution services based on public relations (PR). In this era, many new companies are emerging and want to build their brand equity. For that, PT. Fortune Pramana Rancang is here to help build the brand equity of these companies. In May 2021, PT. Fortune Pramana Rancang is working with a multinational company to help build relationships with the public so as to create brand awareness and product awareness of the company through organizing virtual events (webinars). Apart from the goals to be achieved, this virtual event (webinar) can create an open discussion space to discuss the topics raised that will add insight and educate the public by presenting spokespersons who are experts in their fields. In managing the preparation of virtual event (webinar) assisted by student from Muhammadiyah Jakarta University as part of the implementation of KKN UMJ 2021. Attended by 34 journalists from 32 media in Indonesia, the webinar event went smoothly and received good enthusiasm from both the media and the public.

Keywords: KKN, Public Relations, Webinar

PENDAHULUAN

Kegiatan KKN UMJ dilaksanakan untuk meningkatkan kualitas lulusan dengan upaya pengembangan kompetensi mahasiswa melalui program yang terintegrasi, serta dalam rangka pelaksanaan Catur Dharma Perguruan Tinggi. Selain itu, Kuliah Kerja Nyata yang dilakukan oleh Universitas Muhammadiyah Jakarta termasuk dalam kegiatan perkuliahan yang berbasis pemberdayaan dan pengembangan masyarakat demi mendukung pengembangan kampus merdeka. Selain itu, Universitas Muhammadiyah Jakarta memiliki beberapa prinsip dasar sebagai acuan dalam pelaksanaan KKN, yaitu untuk membangun sinergitas antara pengembangan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Kemudian mengembangkan proses pembelajaran dan penyelesaian masalah yang berbasis pada permasalahan aktual yang ada di masyarakat. Dengan adanya program KKN UMJ dapat membangun jalinan kerjasama, baik antara mahasiswa dengan dosen, tenaga pendidikan, pemerintah, maupun *stakeholders* lainnya.

Pada intinya, KKN UMJ merupakan suatu program pembelajaran dan kerjasama yang berkesinambungan, serta dapat mengeluarkan *output* yang dampaknya dapat dirasakan oleh masyarakat sekitar secara langsung. Hal tersebut dapat membangun hubungan baik dan sinergitas dengan *stakeholders* eksternal, khususnya masyarakat dan mitra kerjasama. Selain itu, adanya program KKN UMJ mendorong mahasiswa untuk mengembangkan tingkat kompetensi sosial dan membentuk kompetensi kepribadiannya agar lebih peduli dan sadar akan masalah ataupun hal-hal yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini, UMJ mengangkat tema “Bersama UMJ Berkemajuan Menuju Masyarakat Madani” dalam pelaksanaan KKN UMJ 2021. Masyarakat madani merupakan suatu masyarakat yang beradab dalam membangun, menjalani, dan memaknai kehidupannya. Itulah hal yang diharapkan oleh UMJ untuk dapat terwujud.

Dengan menjadikan PT. Fortune Pramana Rancang sebagai mitra, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta dalam rangka melaksanakan program KKN-nya membantu PT. Fortune Pramana Rancang dalam mengelola dan memenuhi kebutuhan kliennya. PT. Fortune

Pramana Rancang merupakan agensi konsultan yang menyediakan layanan solusi komunikasi terintegrasi berbasis *public relations*.

Pada Mei 2021, PT. Fortune Pramana Rancang sedang menangani salah satu perusahaan multinasional untuk membantu meningkatkan *brand awareness* dan *product awareness* yang berujung pada pembangunan *brand equity* mereka. Sebagai langkah dalam membangun *brand equity* tersebut, akan diselenggarakan event virtual (webinar). Untuk itu, mahasiswa membantu mempersiapkan segala hal yang diperlukan untuk menyelenggarakan event virtual (webinar) tersebut.

LANDASAN TEORI

a. KKN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan wahana penerapan serta pengembangan ilmu dan teknologi, yang dilaksanakan di luar kampus dalam waktu, mekanisme kerja, dan persyaratan tertentu. KKN merupakan upaya meningkatkan isi dan bobot pendidikan bagi mahasiswa dan untuk mendapatkan nilai tambah yang lebih besar pada pendidikan tinggi. Dengan pelaksanaan KKN diharapkan dapat mengembangkan kompetensi sosial dan kompetensi kepribadian mahasiswa (Syardiansah : 2017).

b. *Public Relations*

Public Relations (PR) atau hubungan masyarakat adalah komunikasi dua arah dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan pemenuhan kebutuhan bersama. Effendy (dalam Rumsari, 2016 : 66).

c. *Brand Awareness*

Brand awareness (kesadaran merek) adalah kemampuan merek yang muncul dibenak konsumen ketika mereka berpikir tentang suatu produk tertentu. Hasbun dan Endang (dalam I Wayan dan Agus, 2018 : 5234).

d. *Brand Equity*

Brand equity merupakan seperangkat aset dan liabilitas merek yang berkaitan dengan suatu merek, nama dan simbolnya yang menambah atau melindungi nilai yang diberikan oleh sebuah barang atau jasa kepada konsumen. *Brand equity* mencakup keseluruhan kekuatan dari sebuah merek di pasaran dan akan memberikan *value* atau nilai lebih pada perusahaan atau badan usaha yang menghasilkan produk atau jasa tersebut. Aaker (dalam Dicho, Kadarisman dan Sunarti, 2016 : 140).

METODE

Webinar yang diselenggarakan ini berjudul “*Staying Ahead In The Digital Supply Chain Disruption During and Post COVID-19 Pandemic*”. Acara tersebut merupakan kerjasama antara mahasiswa UMJ dengan PT. Fortune Pramana Rancang dan KADIN (Kamar Dagang dan Industri Indonesia). Webinar dilaksanakan secara virtual pada Jumat, 28 Mei 2021, pukul 10.00 – 12.30 WIB. Berikut serangkaian kegiatan yang dilakukan mahasiswa dalam membantu tim PT. Fortune Pramana Rancang untuk mempersiapkan penyelenggaraan webinar hingga penyelesaian acara webinar dan memberikan laporan ke klien terkait hasil dari event virtual (webinar) tersebut, yang disajikan dalam bentuk *event report*.

- 1) Mahasiswa membantu tim dari PT. Fortune Pramana Rancang untuk membuat *proposed program* atau program yang akan diusulkan kepada klien. Dalam hal ini diputuskan untuk menyelenggarakan webinar dalam rangka mencapai objektif dari klien, yaitu meningkatkan *brand awareness* dan *product awareness* yang berujung pada pembangunan *brand equity*-nya.
- 2) Kemudian, mahasiswa menghubungi *spokespersons* atau para pembicara yang akan diundang untuk acara webinar yang direncanakan untuk menanyakan terkait *fee* dan kesediaannya untuk hadir dalam webinar yang direncanakan.
- 3) Setelah pembicara bersedia, mahasiswa mencari informasi lengkap tentang pembicara yang akan diundang untuk dimasukkan ke dalam proposal *pitching*.

(Semua dokumen dalam kegiatan ini diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris karena klien dari PT. Fortune Pramana Rancang merupakan perusahaan yang berasal dari luar negeri).

- 4) Karena klien meminta supaya salah satu pembicara diganti maka mahasiswa membantu untuk mencari informasi lengkap mengenai pembicara baru yang akan diusulkan kepada klien. Setelah klien setuju, mahasiswa membantu untuk menghubungi pembicara baru yang dimaksud.
- 5) Kemudian mahasiswa membantu untuk membuat dan mengirimkan TOR (*Term of References*) via email kepada para *spokespersons* atau pembicara.
- 6) Mahasiswa membantu menghubungi *spokespersons* atau para pembicara untuk mengatur jadwal *meeting* dalam rangka melakukan *briefing* terkait materi apa saja yang akan disuguhkan saat acara webinar.
- 7) Kemudian mahasiswa membantu untuk membuat list media yang akan hadir di acara webinar, mencari informasi tentang alamat lengkap media dan kontak yang dapat dihubungi.
- 8) Mahasiswa membantu menghubungi *spokespersons* atau para pembicara untuk mengatur jadwal *meeting*. *Meeting* dilakukan 2 kali dalam rangka *briefing* ulang atau gladi kotor dan gladi bersih sesuai dengan tanggal yang disepakati bersama. (Sempat terjadi penjadwalan ulang untuk *meeting* karena pihak pembicara tidak bisa hadir).
- 9) Memesan 46 *hampers* dan berbagai keperluan untuk *packing hampers* tersebut. *Hampers* akan diberikan kepada 46 media yang akan diundang.
- 10) Kemudian mahasiswa membantu untuk mem-*packing hampers*, membuat undangan untuk hadir di acara webinar dan mengirimkannya kepada pihak media melalui jasa kurir.
- 11) Setelah itu, mahasiswa membantu untuk membuat *briefing book* untuk para

pembicara. Isi dari *briefing book* merupakan informasi lengkap tentang acara, termasuk narasi pokok yang akan dibahas, poin pembicaraan dan susunan acaranya. Selain itu juga terdapat *Q&A potential* yang dibuat oleh mahasiswa untuk memperkirakan pertanyaan yang akan diajukan pada saat webinar nanti atau sebagai gambaran umum untuk para pembicara.

- 12) Mahasiswa membantu untuk membuat terjemahan dari *link* registrasi acara webinar untuk dilaporkan ke klien.
- 13) Mahasiswa membantu dalam surat menyurat secara elektronik untuk menyebarkan banner acara webinar dalam rangka membantu publikasi acara webinar.
- 14) Beberapa hari setelah pengiriman *hampers*, media mengkonfirmasi kesediaannya untuk hadir atau tidak. Data menunjukkan konfirmasi media yang bersedia untuk hadir, yaitu sebanyak 32 media.
- 15) Kemudian mahasiswa membantu tim dari PT Fortune Pramana Rancang untuk membuat draf *press release*. *Press release* ini akan disebarluaskan kepada media setelah acara webinar selesai.
- 16) Mahasiswa membantu untuk menerjemahkan *boiler plate* dari pihak klien dan mencatat apa saja informasi yang berbeda dengan yang ada di *press release*.
- 17) Saat acara webinar berlangsung, mahasiswa membantu untuk mencatat informasi apa saja yang dapat di-*highlight* menjadi kata Mutiara dari *spokespersons* atau para pembicara, kemudian juga mencatat siapa saja pemenang atau partisipan yang mendapatkan *doorprize* dan mendokumentasikan kegiatan webinar.
- 18) Setelah itu, mahasiswa membantu untuk menerjemahkan semua pertanyaan dari media dan melakukan *media monitoring* untuk dimasukkan ke dalam *event report*.
- 19) Mahasiswa membantu membuat *event report* sebagai laporan setelah event berlangsung kepada klien. *Event report* berisi deskripsi event, susunan acara, daftar

kehadiran media, dokumentasi event, informasi lengkap mengenai pemenang *doorprize*, hasil *media monitoring* (jumlah pemberitaan yang muncul setelah event berlangsung, dari media apa saja, kapan berita tersebut ditulis dan dengan *headline* seperti apa berita tersebut ditulis), kemudian berisi kalkulasi dari *PR Value*, analisis event, evaluasi event, testimoni dan pertanyaan dari media. (Semua dokumen dibuat dalam bahasa Inggris).

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Tahap Pelaksanaan

Pada awal webinar, pembukaan acara dilakukan oleh MC. Kemudian dilanjutkan dengan sambutan dari *Head of Permanent Committee on Logistics and Supply Chain (SC) KADIN*, Iskandar Zulkarnain dan *Director General of Industrial Resilience and International Access Development Ministry of Industry*, Eko S.A. Cahyanto. Selanjutnya, acara diserahkan oleh MC kepada moderator, yaitu *Managing Director of KIB Consulting*, Bambang Suwarso. Kemudian diskusi bisnis virtual ini pun dimulai dengan perbincangan hangat dengan para pembicara atau *spokespersons*, yaitu *General Secretary of GAIKINDO*, Kukuh Kumara, lalu *Chairman of Supply Chain Indonesia (SCI)*, Setijadi, dan *Executive Director of Institute for Development Economic and Finance (INDEF)*, Tauhid Ahmad. Kemudian memasuki sesi tanya jawab dan selesai beberapa pertanyaan terjawab, dilanjutkan dengan pemaparan materi oleh *Business Development Manager of RS Components Indonesia*, Edwin Ginting. Setelah itu terdapat sesi tanya jawab lagi dan pengumuman pemenang *doorprize* sebelum penutupan acara.

Berikut dokumentasi acara webinar “*Staying Ahead In The Digital Supply Chain Disruption During and Post COVID-19 Pandemic*” :



Gambar 1. Dokumentasi Acara Webinar “*Staying Ahead In The Digital Supply Chain Disruption During and Post COVID-19 Pandemic*”

b. Hasil Evaluasi Pelaksanaan

Setelah acara selesai, mahasiswa bersama dengan tim dari PT. Fortune Pramana Rancang melakukan diskusi untuk membahas evaluasi acara webinar yang telah berlangsung. Berikut hasil evaluasi pelaksanaannya, yaitu :

- 1) Pembelajaran Kunci : Kegiatan berjalan lancar dan segala kendala dapat teratasi dengan baik.
- 2) Catatan Positif : Webinar diikuti oleh 34 jurnalis dari 32 media yang semuanya tepat sasaran. Media juga antusias dalam mengajukan pertanyaan terkait webinar.
- 3) Rekomendasi: Kedepannya perwakilan RS Components dapat memberikan penjelasan sesuai dengan pesan utama. Akan lebih baik jika hanya ada 2 KOL dan 1 perwakilan dari merek sehingga tidak memakan waktu terlalu banyak saat diskusi. Dibutuhkan interaksi dengan semua peserta. Akan lebih baik bagi semua juru bicara untuk menggunakan latar belakang virtual yang sama agar terlihat rapi. *Timekeeper* diperlukan agar webinar dapat berjalan dengan lancar seperti *rundown*-nya.

KESIMPULAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan wahana penerapan serta pengembangan ilmu dan teknologi, yang dilaksanakan di luar kampus dalam waktu, mekanisme kerja, dan persyaratan tertentu. KKN merupakan upaya meningkatkan isi dan bobot pendidikan bagi mahasiswa dan untuk mendapatkan nilai tambah yang lebih besar pada pendidikan tinggi. Dengan pelaksanaan KKN diharapkan dapat mengembangkan kompetensi sosial dan kompetensi keprihidanian mahasiswa (Syardiansah : 2017).

KKN UMJ merupakan suatu program pembelajaran dan kerjasama yang berkesinambungan, serta dapat mengeluarkan *output* yang dampaknya dapat dirasakan oleh masyarakat sekitar secara langsung. Hal tersebut dapat membangun hubungan baik dan sinergitas dengan stakeholders eksternal, khususnya masyarakat dan mitra kerjasama. Selain itu, adanya program KKN UMJ mendorong mahasiswa untuk mengembangkan tingkat kompetensi sosial dan membentuk kompetensi kepribadiannya agar lebih peduli dan sadar akan masalah ataupun hal - hal yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini, UMJ mengangkat tema “Bersama UMJ Berkemajuan Menuju Masyarakat Madani” dalam pelaksanaan KKN UMJ 2021. Masyarakat madani merupakan suatu masyarakat yang beradab dalam membangun, menjalani, dan memaknai kehidupannya. Itulah hal yang diharapkan oleh UMJ untuk dapat terwujud.

Pelaksanaan KKN Universitas Muhammadiyah Jakarta tahun 2021 dapat dilaksanakan dengan lancar meskipun sempat menemui beberapa hambatan. Salah satu program KKN yang dilakukan, yaitu mengembangkan *soft skills* dalam mengelola media komunikasi digital untuk menyelenggarakan event virtual (webinar) sehingga dapat membangun hubungan dengan publik. Webinar tersebut berjudul “*Staying Ahead In The Digital Supply Chain Disruption During and Post COVID-19 Pandemic*” dan dilaksanakan pada Jumat, 28 Mei 2021, pukul 10.00 – 12.30 WIB dengan menghadirkan para pembicara yang ahli dibidangnya dan dipandu oleh perwakilan dari KiB Consulting. Acara ini juga merupakan kerjasama antara mahasiswa UMJ dengan PT.

Fortune Pramana Rancang dan KADIN (Kamar Dagang dan Industri Indonesia).

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Jakarta (LPPM UMJ) sehingga penyelenggaraan kegiatan KKN UMJ 2021 dapat terlaksana dengan baik. Kemudian penulis juga menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing lapangan (DPL) dan PT. Fortune Pramana Rancang selaku mitra KKN.

DAFTAR PUSTAKA

Pradipta, Dicho, Kadarisman Hidayat dan Sunarti. (2016). Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian : Survei pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Karu Perdana simPATI Telkomsel di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bsnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 34(1), 138 – 147. → **Jurnal online**

Pranata, I Wayan Dicky dan Agus Satria Pramudana. (2018). Peran Kesadaran Merek (Brand Awareness) dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo dengan Niat Beli Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5230 – 5257. doi:<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i10.p2> → **Jurnal online**

PT. Fortune Pramana Rancang. *Tonggak Sejarah*. Diakses pada 22 Juli 2021 dari <https://foru.co.id/id/corporation/our-companies/pt-fortune-pramana-rancang/> → **Website**

Sumarto, Rumsari Hadi. (2016). Komunikasi dalam Kegiatan Public Relations. *Jurnal INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi*, 46(1), 63 – 72. → **Jurnal online**

Syardiansah. (2017). Peranan Kuliah Kerja Nyata sebagai Bagian dari Pengembangan Kompetensi Mahasiswa : Studi Kasus Mahasiswa Universitas Samudra KKN Tahun 2017. *JIM UPB*, 7(1), 57 – 68. → **Jurnal online**

Universitas Muhammadiyah Jakarta. 2020. Peraturan Rektor UMJ tentang Pedoman KKN UMJ, (498). Diakses dari <https://arsip.umj.ac.id/viewpdf.php?file=admin/files/Pedoman+Kuliah+Kerja+Nyata+UMJ-41263.pdf> → **Website**