

PANDANGAN JURNALIS TERHADAP KEGIATAN KONFERENSI VIDEO OLEH HUMAS SAAT PANDEMI COVID-19

Roswita Oktavianti¹, H. H. Daniel Tamburian²

^{1,2}Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

Jl. Letjen S. Parman No.1, Tomang, Grogol Petamburan, Jakarta Barat, Indonesia, 11440

No. Telp./HP: ¹08197810445, ²081808641973

E-mail: ¹roswitao@fikom.untar.ac.id, ²danielt@fikom.untar.ac.id

Naskah diterima tanggal 17 Agustus 2021, direvisi tanggal 28 April 2021, disetujui tanggal 27 Mei 2021

VIDEO CONFERENCING CONDUCTED BY PUBLIC RELATIONS DURING THE COVID-19 PANDEMIC THROUGH THE LENS OF JOURNALISTS

Abstract. *Covid-19 pandemic has altered journalists and public relations (PR) works. The city's large-scale social restriction and the New Normal scenario have forced PR personnel to avoid large mass events. The executive and the public relations are now using video conferences to communicate with their publics through journalists. This study explored the video conferencing conducted by PR during the Covid-19 pandemic from the journalist's perspective. The researchers used face-to-face interviews with print and online journalists in Jakarta as a data collection technique. This research showed that journalists have different perspectives when public relations officers were doing a video conference during the pandemic. Some points highlighted are the apps that public relations used, the time and duration of the event, the profile of the participants, and the content of the events. When compared with face-to-face events, video conferencing done by public relations has weaknesses either technically or content of the event. However, most journalists prefer online meetings if the pandemic still not yet over. Meanwhile, if public relations activities turn face-to-face during the pandemic, they should impose a strict health protocol.*

Keywords: *journalist, public relations, video conference, publicity.*

Abstrak. Pandemi Covid-19 mengubah kerja jurnalis dan hubungan masyarakat (humas). Aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar dan tatanan Normal Baru membuat humas menunda kegiatan yang biasanya menghadirkan massa. Komunikasi dengan publik melalui jurnalis beralih dari komunikasi tatap muka menjadi komunikasi dalam jaringan. Eksekutif perusahaan dan humas menggunakan teknologi komunikasi konferensi video untuk berkomunikasi. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana pandangan jurnalis terhadap kegiatan konferensi video oleh humas saat pandemi Covid-19. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara tatap muka kepada jurnalis media cetak dan daring. Penelitian ini menunjukkan bahwa jurnalis memiliki pandangan yang berbeda-beda dalam menjalani kegiatan konferensi video yang diselenggarakan oleh humas di saat pandemi. Beberapa hal yang disoroti oleh jurnalis yaitu aplikasi yang digunakan, waktu penyelenggaraan, durasi, peserta yang terlibat, dan kemasan acara. Penelitian juga menunjukkan bahwa kegiatan humas secara daring memiliki kelemahan baik secara teknis maupun kemasan acara jika dibandingkan dengan kondisi tatap muka. Namun, sebagian besar jurnalis mengharapkan humas berkomunikasi menggunakan platform konferensi video jika pandemi belum berakhir. Sementara, jika wabah belum berakhir dan kegiatan humas sudah beralih menjadi tatap muka, jurnalis berharap kegiatan dilakukan dengan protokol kesehatan yang ketat.

Kata kunci: jurnalis, hubungan masyarakat, konferensi video, publisitas.

PENDAHULUAN

Hubungan masyarakat (humas) bertugas menjadi jembatan antara perusahaan dengan publik. Salah satu publik dari humas adalah media massa atau jurnalis. Humas dan pers memiliki hubungan saling membutuhkan (Baik, 2007). Hubungan pers dan humas, sesuai dengan definisi Frank Jefkins, yakni suatu kegiatan untuk mencapai publikasi atau penyiaran berita semaksimal mungkin, sedangkan informasi yang disebarkan melalui humas adalah untuk menciptakan pengenalan dan pengertian (Ruslan, 2010).

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

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

Survei yang dilakukan Imogen Communications Institute pada 1 April – 15 April 2020 menunjukkan bahwa dengan kebijakan bekerja dari rumah atau *work from home*, komunikasi pada publik tidak bisa lagi dilakukan secara konvensional atau tatap muka melalui konferensi pers. Humas perlu menggunakan media digital dan media sosial untuk menyampaikan informasi kepada publiknya (Imogen Communication Institute, 2020b). Seorang humas perlu membuat keputusan tentang kesesuaian strategi media tertentu dan relevansinya terhadap saluran dan program yang berbeda (Brown, 2009).

Di sisi lain, pada era perkembangan teknologi komunikasi, proses peliputan yang dilakukan jurnalis berubah. Di Indonesia, tahun 1990an, jurnalis menggunakan teknologi berupa alat perekam (*tape recorder*), mesin cetak, dan kertas. Dua dekade setelah itu, jurnalis memanfaatkan jaringan komunikasi termediasi teknologi dalam proses peliputan berita seperti email, mailing-list, grup pesan instan (Oktavianti & Irwansyah, 2016). Dari hasil penelitian yang dilakukan di Inggris pada tahun 2013, sebagian besar koresponden tidak memiliki kantor. Hampir semua bekerja di rumah hanya dengan meja dan koneksi internet nirkabel. Munculnya komunikasi instan, internet, dan media sosial menawarkan berbagai macam sumber informasi kepada jurnalis (Archetti, 2013). Kemajuan teknologi telah mengubah produksi komunikasi, distribusi, penyampaian dan penyimpanannya. Banyak pihak mengakui bahwa teknologi media baru telah mengubah cara humas dijalankan, kecepatan perubahan membuat humas mau tidak mau harus mengikutinya. Di kalangan profesional humas, kemajuan teknologi melalui *e-mail* dan akses informasi *real-time* melalui internet telah memengaruhi cara kerja mereka (Cutlip, Center & Broom, 2009). Perubahan teknologi dan bagaimana terjadi secara *real time*. Pesan yang dikirimkan oleh pengirim bisa saja tidak diterima (dibaca, didengar, dilihat, dirasakan) oleh penerima pada saat itu juga (umpan balik tertunda). Contohnya pesan di media sosial (DeVito, 2013).

Begitupula dengan seminar dan konferensi pers daring yang dilakukan oleh humas memiliki keterbatasan. Pesan yang disampaikan oleh humas dalam kegiatan daring, sebagian bisa bersifat asinkron. Dalam hal ini, praktisi humas perlu memahami peran informasi, berbagai media dan persyaratan produksinya, dan nilai yang dianut oleh awak media yang mengontrol pers (Cutlip, Center & Broom, 2009).

Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana pandangan jurnalis terhadap kegiatan konferensi video oleh humas saat pandemi Covid-19. Dengan demikian bisa diketahui persoalan yang dihadapi jurnalis selama diterapkannya kebijakan bekerja dari rumah, dan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menyelenggarakan konferensi video agar menciptakan publisitas perusahaan.

LANDASAN KONSEP

Humas dan Relasi Media

Humas merupakan orang yang membantu meringkaskan, mengimplementasikan, mengatur dan mengkomunikasikan kebijakan yang mengatur bagaimana sebuah institusi berinteraksi dengan publiknya atau masyarakatnya. Sementara publik atau masyarakat dalam pengertian "humas" berarti sekumpulan orang atau kelompok dalam masyarakat (*stakeholders*) yang memiliki kepentingan atau perhatian yang sama terhadap sesuatu hal (Kriyantono, 2008). Humas memiliki sembilan fungsi (Straubhaar, LaRose & Davenport, 2012) atau strategi (Oliver, 2010) yaitu: publisitas atau relasi media; promosi atau penjualan; relasi komunitas; relasi pemerintah; informasi publik; kegiatan khusus; manajemen isu; manajemen reputasi, dan komunikasi krisis; relasi terhadap karyawan; lobi.

Seorang humas perlu membuat keputusan tentang kesesuaian strategi media tertentu dan relevansinya terhadap saluran dan program yang berbeda (Brown, 2009). Agen pers/media massa atau para publisitas disewa untuk melindungi dunia bisnis dari informasi

yang membahayakan dan mencegah kebenaran terungkap (Butterick, 2014).

Relasi media merupakan salah satu fungsi humas. Seorang humas perlu membuat keputusan tentang kesesuaian strategi dengan relevansinya terhadap sebuah kegiatan. Kampanye *business-to-business* pada perusahaan manufaktur tidak perlu terlalu aktif melibatkan situs jejaring sosial. Sementara bagi humas yang bekerja di perusahaan/industri dengan target audiens anak muda maka keterlibatan dengan jejaring sosial akan menjadi bagian inti dari fungsi humas yang harus dilakukan (Brown, 2009). Istilah target audiens kerap digunakan dalam periklanan, pemasaran, dan humas. Audiens berarti kelompok orang yang harus dikomunikasikan, sementara publik berarti orang yang dipengaruhi oleh suatu isu (Butterick, 2014).

Konferensi Video

Seorang humas harus selalu menyediakan konten dalam bentuk kata-kata tertulis, foto/gambar, atau audiovisual. Hal ini karena humas terlibat dengan pembentuk opini yang berpengaruh, untuk membujuk dan mempengaruhi melalui konten yang mereka hasilkan. Berita negatif akan cepat tersebar dan seringkali organisasi tidak bisa pulih dalam kondisi ini. Maka, dalam menghadapi situasi ini perusahaan harus fokus pada media (Brown, 2009).

Terdapat sejumlah taktik media yang digunakan oleh humas untuk terhubung dengan publik. Pertama, melalui publikasi seperti *newsletter*, siaran pers, brosur, laporan tahunan, dan lain-lain. Kedua, *direct mail* seperti memo, surat, undangan, katalog. Ketiga, media elektronik seperti telepon, *podcast*, video korporasi, konferensi video, *slide show*. Keempat, media digital seperti website, ponsel, *mail*. Kelima, media sosial seperti blog, microblog, kolaborasi (Wiki), dan jejaring sosial (Smith, 2017).

Konferensi video (*videoconference*) masuk dalam kategori *non-broadcast* video seringkali dilakukan secara langsung. Konferensi video atau sering disebut telekonferensi (*teleconference*) menggunakan teknologi televisi untuk memproduksi

program informatif dan edukatif secara langsung bagi audiens dalam jarak jauh. Kegiatan ini dibuat interaktif melalui penggunaan satelit atau transmisi video fiber optik, dengan koneksi telepon jarak jauh untuk menghubungkan lokasi audiens dengan studio. Organisasi menggunakan internet untuk mengunggah video untuk menunjukkan informasi kepada penyandang dana, dan pelanggan potensial. Video web atau *video streaming* menjadi fitur yang biasa digunakan di ponsel yang menyediakan tidak hanya transmisi suara tetapi pesan teks, dan berbagai pilihan video (Smith, 2017).

Para eksekutif perusahaan komunikasi yang memiliki pemikiran maju akan berupaya keras membentuk dan memiliki strategi komunikasi yang terbuka dengan cara organik/alami dan benar untuk khalayak atau audiens mereka. Strategi ini dilakukan baik daring maupun luring (luar jaringan). Dalam arti, perusahaan harus mampu mengidentifikasi kebiasaan daring dan luring target audiens untuk menciptakan sinergi antara pemasaran, humas, dan komunikasi (Argenti, 2003).

Di tengah krisis pandemi Covid-19 dan pemberlakuan Normal Baru, pekerja media untuk sementara bekerja dengan mengurangi aktivitas di lapangan. Sebagian besar jurnalis menggunakan medium daring seperti WhatsApp dan Zoom untuk mendapatkan berita dari narasumber. Pimpinan media telah mengatur kerja jurnalis dengan meminta jurnalis bekerja secara virtual/digital seperti mengikuti konferensi pers virtual atau peluncuran produk/jasa virtual dan mendorong jurnalis mencari sisi lain pemberitaan. Konferensi video kemudian menjadi rutinitas baru humas (Imogen Communication Institute, 2020a).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa wawancara tatap muka. Penelitian tentang kerja jurnalis dan humas di tengah pandemi Covid-19 sejauh

ini dilakukan oleh lembaga humas secara kuantitatif dengan menyebarkan angket kepada jurnalis. Data yang diperoleh sebatas frekuensi/angka yang bisa digeneralisasi. Sementara penelitian ini ingin mengungkap perilaku jurnalis, alasan, opini, dan pengalaman dari sudut pandang subyek penelitian yaitu jurnalis.

Pembahasan sejumlah isu dalam lingkungan media massa dan jurnalis biasanya dilakukan dalam bentuk diskusi oleh Aliansi Jurnalis Independen (AJI) dengan mengundang perwakilan pembaca, *influencer*, praktisi humas dan pemerhati media (Margianto & Syaefullah, 2012). Namun, pembatasan jarak fisik (*physical distancing*) untuk mencegah penyebaran virus corona tidak memungkinkan dilakukan diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion/FGD*). Oleh karena itu, peneliti melakukan wawancara tatap muka pada Selasa, 7 Juli 2020 terhadap enam jurnalis dengan waktu yang berbeda-beda, sejak pagi hingga sore hari. Lokasi wawancara di tempat yang sama yakni di Jakarta Selatan.

Dengan kehadiran informan dalam waktu yang berbeda-beda ini maka wawancara dilakukan dengan jenis wawancara semi terstruktur (*semi-structured interview*). Peneliti memiliki serangkaian pertanyaan yang sama untuk seluruh informan, namun memvariasikan urutan pertanyaan. Peneliti sebagai pewawancara juga leluasa mengajukan pertanyaan lebih lanjut dan menanggapi jawaban dari informan (Bryman, 2012).

Penelitian ini menggunakan strategi penelitian studi kasus, dengan mengangkat kasus pada jurnalis media daring dan jurnalis media cetak di Jakarta, Indonesia. Keenam jurnalis yang menjadi informan penelitian ini yaitu Lona Olavia yang merupakan jurnalis Harian Suara Pembaruan, Ridho Syukra yang merupakan jurnalis Harian Investor Daily, Citro Atmoko merupakan jurnalis kantor berita Antara, Eva Martha Rahayu merupakan jurnalis Majalah Swa, Thomas merupakan jurnalis Liputan6.com, dan Andy Dwijayanto merupakan jurnalis Harian Kontan.

Penelitian ini berlangsung selama enam bulan dimulai dari munculnya fenomena peliputan jurnalis di tengah kondisi pandemi Covid-19, mengidentifikasi permasalahan, mengumpulkan data sekunder berupa studi pustaka (buku, artikel jurnal, penelitian, foto, dll), menentukan informan, mengumpulkan data di lapangan (wawancara), proses olah dan analisis data, hingga menyusun laporan. Informan ditentukan dengan menggunakan teknik: 1) *purposive sampling* dengan pendekatan *criterion sampling* atau berdasarkan kriteria; dan, 2) *snowball sampling*. Dalam hal ini, peneliti memilih informan berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan kasus yang diangkat. Setelah satu informan ditunjuk, berikutnya informan tersebut memperkenalkan dengan informan lain sesama jurnalis yang sesuai dengan kasus yang diangkat oleh peneliti, yakni jurnalis media daring dan media cetak yang bertempat tinggal di Jakarta. *Snowball sampling* biasanya dilakukan ketika populasi yang diteliti besar, sehingga dalam praktiknya satu informan memberikan rekomendasi dan memperkenalkan dengan informan lainnya (Bryman, 2012).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kondisi pandemi Covid-19 telah mengubah kerja jurnalis. Sejumlah acara atau kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun institusi swasta berlangsung secara daring untuk menghindari kerumunan. Jurnalis yang biasanya melakukan peliputan langsung di lapangan, beradaptasi dengan kegiatan daring yang dilakukan oleh pemerintah dan perusahaan. Terlebih lagi, institusi media di mana jurnalis bekerja juga menyarankan proses peliputan dilakukan dari rumah.

Pada saat wawancara ini dilakukan, Selasa 7 Juli 2020, seluruh jurnalis bekerja dari rumah sesuai instruksi dari perusahaan. Jurnalis dari Harian Suara Pembaruan dan Harian Investor Daily yang merupakan reporter dalam satu kelompok perusahaan, memulai kebijakan bekerja dari rumah pada

pertengahan Maret 2020, begitu pula dengan jurnalis dari Kantor Berita Antara. Jurnalis dari Majalah Swa sebagai redaktur juga menulis, menyunting, dan menayangkan berita dari rumah karena tidak diperbolehkan bekerja di kantor. Jurnalis dari Liputan6.com mengatakan awalnya terdapat sistem piket di kantor, namun karena sebagian besar reporter dan redaktur menggunakan moda transportasi kereta api (*commuter line*) sebagai sarana transportasi dan memiliki anak balita di rumah, maka hanya redaktur pelaksana yang bertugas di kantor. Sementara jurnalis dari Harian Kontan juga menjalankan kebijakan bekerja dari rumah namun redaksi menerapkan sistem piket yaitu kehadiran dua kali dalam satu bulan untuk reporter dan redaktur. Sedangkan, pemimpin redaksi dan redaktur pelaksana tetap hadir setiap hari.

Sebagian besar jurnalis memilih kegiatan yang diselenggarakan oleh humas (seminar, diskusi, konferensi pers) di tengah pandemi dilakukan secara daring walaupun pemerintah menerapkan kebijakan Normal Baru. Kegiatan daring ini dilakukan menggunakan *platform* konferensi video. Tabel 1 menunjukkan alasan jurnalis lebih cenderung menghadiri kegiatan daring yaitu: lebih aman atau mencegah tertular virus, menghemat waktu, serta bisa melakukan aktivitas lain di rumah. Bahkan jurnalis juga bisa menghadiri lebih dari satu kegiatan daring sekaligus.

Sementara itu, jurnalis dari Harian Kontan lebih menyukai kegiatan humas dilakukan tatap muka dengan syarat diberlakukan protokol kesehatan yang ketat seperti *rapid test* terlebih dahulu. Sebagai jurnalis media cetak dan media daring di bidang ekonomi, informan memiliki topik berita dan isu yang berbeda dari jurnalis lain. Sementara pertemuan yang dilakukan secara daring tidak memungkinkan untuk bertanya langsung kepada narasumber berita karena keterbatasan waktu. Di sisi lain, informasi dalam pertemuan tersebut hanya memungkinkan jurnalis membuat berita yang sudah diatur oleh perusahaan/humas. Selain itu, jurnalis juga tidak bisa melakukan *doorstop* atau bertanya langsung setelah acara.

Tabel 2 menunjukkan piranti yang digunakan jurnalis dalam mengakses kegiatan konferensi video. Sebagian besar jurnalis menggunakan telepon seluler (ponsel) dalam mengakses konferensi video. Menurut para jurnalis, menonton dan mendengar konferensi video melalui ponsel lebih disukai karena lebih mudah ketika ingin mendokumentasikan materi, foto, atau gambar yang ditampilkan dengan cara memotret langsung melalui ponsel. Pasalnya, ada beberapa kegiatan daring yang tidak mengirimkan materi setelah selesai acara atau lama dalam mengirimkan materi. Selain itu, para jurnalis mengatakan bahwa menonton melalui ponsel bisa dilakukan dalam kondisi apapun seperti duduk, berbaring, serta aktivitas lainnya. Jurnalis bisa bekerja lebih santai dan efisien.

Jurnalis Kantor Berita Antara menggunakan ponsel ketimbang laptop karena ketiadaan fitur di laptop untuk mendokumentasikan/memotret materi. Adapula jurnalis yang menggunakan dua piranti yaitu ponsel dan laptop. Menurut informan jurnalis Harian Investor Daily dan jurnalis Harian Suara Pembaruan, kegiatan

daring dengan informasi yang penting dan durasi lama lebih nyaman diakses dengan menggunakan laptop. Sedangkan berita ringan atau kegiatan daring dengan durasi yang lebih singkat diakses dengan menggunakan ponsel.

Sementara itu, jurnalis Harian Kontan memilih tidak menggunakan piranti ponsel saat mengakses konferensi video. Pasalnya, ponsel tidak mendukung konferensi video dalam durasi yang lama. Jika diakses dalam waktu lama, ponsel akan menjadi panas dan berhenti tiba-tiba. Selain itu, informan khawatir dengan keamanan konferensi video seperti peretasan data pribadi. Data pribadi di laptop tidak sebanyak data pribadi yang tersimpan dalam ponsel. Informan juga lebih fokus bekerja jika menggunakan laptop ketimbang ponsel. Ponsel lebih banyak digunakan untuk berkoordinasi dan berhubungan (pesan singkat dan telepon).

Kegiatan Daring oleh Humas Selama Pandemi Covid-19

Kegiatan daring oleh humas selama pandemi Covid-19 ini difokuskan pada konferensi video meliputi aplikasi yang paling

Tabel 1

Bentuk Kegiatan yang Sebaiknya Diselenggarakan oleh Humas Saat Pandemi Covid-19

Bentuk kegiatan	Alasan
Virtual (daring)	Lebih aman, menghemat waktu, bisa sembari mengerjakan aktivitas lain atau menghadiri kegiatan daring lain.
Tatap muka (luring)	Bisa memperoleh <i>angle</i> (sudut pandang) berita yang baru dan sesuai keinginan jurnalis.

Sumber: Hasil wawancara dengan informan

Tabel 2

Piranti yang Digunakan Jurnalis dalam Konferensi Video

Bentuk kegiatan	Alasan
Telepon seluler	Lebih mudah memotret (<i>screenshot</i>) materi, bisa melakukan kegiatan lain, lebih santai, lebih efisien.
Telepon seluler & laptop	Informasi/berita penting/durasi lama menggunakan laptop sedangkan berita ringan/durasi pendek menggunakan ponsel.

Laptop	Lebih nyaman saat menghadiri konferensi pers daring dengan durasi yang lama, tidak khawatir pencurian data pribadi, lebih fokus dalam bekerja tidak terganggu pesan/telepon di ponsel.
--------	--

Sumber: Hasil wawancara dengan informan

disukai, waktu dan durasi konferensi video, bentuk sesi tanya jawab, dan kekurangan dari konferensi video.

Seluruh jurnalis memilih Zoom Meeting sebagai platform konferensi video yang paling nyaman digunakan oleh humas saat seminar/diskusi/konferensi pers. Sebagian besar perusahaan atau humas perusahaan menyelenggarakan konferensi pers daring menggunakan Zoom Meeting ketimbang platform lainnya.

Para jurnalis mengunduh aplikasi Zoom di ponsel saat penerapan PSBB, atau saat perusahaan memberlakukan aturan bekerja dari rumah. Tabel 3 menunjukkan alasan jurnalis lebih menyukai aplikasi Zoom yaitu lebih mudah diakses melalui PC, tablet, dan ponsel atau ramah terhadap pengguna (*user friendly*).

Aplikasi Zoom juga bisa diakses di ponsel sembari pengguna melakukan aktivitas lain di ponsel tersebut seperti mengetik berita, melihat bahan berita, dan menghadiri konferensi pers lainnya di perangkat yang berbeda. Konferensi pers menggunakan Zoom juga lebih interaktif (komunikasi dua arah) ketimbang Youtube Live. Aplikasi Zoom memungkinkan peserta untuk bertanya, mengkonfirmasi atau mengklarifikasi pernyataan narasumber baik secara langsung ataupun melalui kolom percakapan (*chat*). Aplikasi Zoom juga dinilai lebih praktis dan ringan. Namun demikian, jurnalis dari Investor Daily mengatakan bahwa Zoom juga memiliki kelemahan yaitu banyak menghabiskan atau menyedot kuota internet. Jurnalis Harian Kontan juga sempat khawatir dengan pemberitaan di awal pandemi mengenai keamanan data pribadi pengguna Zoom yang rentan diretas.

Jurnalis Harian Investor Daily dan jurnalis Harian Suara Pembaruan menyukai

penggunaan Zoom yang dikoneksikan dengan Youtube Live Streaming dalam konferensi pers, atau menggunakan Zoom namun setelah itu rekaman acara ditayangkan pada akun Youtube perusahaan. Dengan demikian, ketika jurnalis tertinggal dengan informasi pada konferensi video, jurnalis masih bisa menyetel atau mendengarkan kembali siaran ulang melalui Youtube. Cara ini sudah banyak digunakan oleh humas perusahaan.

Sementara itu, jika kegiatan hanya ditayangkan menggunakan Youtube, jurnalis dari Suara Pembaruan menyatakan kesulitan melakukan hal lain ketika melihat konferensi pers di ponsel (misalnya menulis berita). Jurnalis Harian Kontan mengatakan dengan Youtube Live Streaming, jurnalis tidak bisa bertanya langsung pada narasumber saat acara/konferensi pers. Pertanyaan hanya bisa disampaikan dengan cara mengetik pada kolom percakapan (*chat*). Sementara itu, jurnalis Majalah Swa mengatakan pernah mengikuti konferensi pers dengan Instagram Live, namun durasi hanya terbatas 1 jam.

Waktu penyelenggaraan konferensi video oleh humas yang disukai oleh jurnalis yaitu pukul 10.00 WIB hingga pukul 12.00 WIB. Seperti ditunjukkan Tabel 4, para jurnalis menganggap pada waktu tersebut kondisi tubuh masih segar. Selain itu, jika dilakukan pada pagi hari, jurnalis telah memiliki berita rutin yang harus ditulis. Jurnalis cenderung fokus menyelesaikan berita rutin tersebut dibanding konferensi pers. Jurnalis Antara yang bertugas di bidang ekonomi di Bursa Efek Indonesia, sudah memiliki berita rutin yang harus ditulis setiap pagi yaitu pembukaan pasar saham. Oleh karena itu, konferensi video pukul 10.00 WIB dinilai sebagai waktu yang paling tepat.

Tabel 3

Aplikasi yang Paling Disukai dalam Konferensi Video oleh Humas Saat Pandemi Covid-19

Aplikasi	Alasan
Zoom Meeting	Lebih mudah diakses di komputer pribadi (<i>personal computer/PC</i>), tablet, dan ponsel (<i>user friendly</i>), ketika diakses melalui ponsel bisa melakukan aktivitas lain di ponsel yang sama (contoh: mengetik berita), bisa berinteraksi dengan narasumber, lebih praktis dan ringan
Youtube Live Streaming	Kelemahan: tidak bisa bertanya secara langsung, dan tidak bisa melakukan aktivitas lain di dalam ponsel yang sama. Saran: lebih baik dikombinasikan dengan Zoom Meeting
Live Instagram	Kegiatan hanya terbatas satu jam
Microsoft Teams, Google Meet, Skype, dll	Jarang dan tidak pernah digunakan

Sumber: Hasil wawancara dengan informan

Selanjutnya, jurnalis juga memilih konferensi pers dilaksanakan pukul 13.00 WIB atau setelah makan siang. Jurnalis Liputan6.com yang merupakan jurnalis olahraga juga sudah memiliki berita yang harus ditulis pada pagi hingga siang hari seperti pertandingan/kompetisi olahraga yang berlangsung atau selesai pada tengah malam atau subuh dan harus dilaporkan pagi/siang hari. Informan juga menilai jika konferensi video dilakukan terlalu pagi, beberapa jurnalis olahraga masih belum bangun dari tidur.

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

Tabel 5 menunjukkan jurnalis menyukai durasi konferensi pers daring yang tidak terlalu

lama yakni antara 1 jam hingga 1,5 jam. Empat jurnalis memilih durasi tersebut karena acara lebih ringkas. Selain itu para jurnalis memberi catatan, yakni: paparan narasumber dengan sesi tanya jawab (pertanyaan langsung dari peserta) perlu dibatasi, paparan narasumber dengan sesi tanya jawab hanya melalui kolom percakapan (*chat*), paparan narasumber dengan sesi tanya jawab lewat kolom *chat* dan sisanya melalui *email*. Konferensi pers mencapai 2 jam atau bahkan melebihi 2 jam dianggap membosankan, melelahkan, dan banyak menghabiskan kuota internet. Bahkan, jika konferensi pers terlalu lama akan cenderung membuat jurnalis melakukan kegiatan lain.

Tabel 6 menunjukkan bentuk sesi tanya jawab dalam konferensi video yang disukai jurnalis. Jurnalis Harian Investor Daily dan jurnalis Harian Kontan lebih memilih sesi tanya jawab langsung di mana jurnalis bisa bertanya secara langsung kepada narasumber dengan menghidupkan mikrofon dengan catatan, moderator harus membatasi pertanyaan.

Menurut jurnalis Harian Kontan, jika pertanyaan hanya disampaikan melalui kolom komentar maka narasumber cenderung menjawab pertanyaan yang sesuai dengan tujuan perusahaan (sudah diatur), tanpa mempertimbangkan kebutuhan berita jurnalis. Padahal humas perusahaan harus memahami bahwa pada saat mengundang jurnalis dengan spesifikasi isu media yang berbeda-beda maka

jurnalis tersebut memiliki kebutuhan berita dengan sudut pandang yang berbeda-beda pula. Jika kebutuhan jurnalis terhadap berita tidak terpenuhi maka jurnalis tidak menulis informasi yang disampaikan dalam konferensi pers tersebut yang berarti humas gagal menciptakan publisitas.

Jurnalis dari Harian Suara Pembaruan dan jurnalis Majalah Swa lebih memilih sesi tanya jawab dengan menggunakan *chat*. Dengan menyampaikan pertanyaan melalui

kolom *chat* maka konferensi pers akan lebih cepat selesai atau hanya 1 jam. Sementara menurut jurnalis Majalah Swa, pertanyaan melalui kolom *chat* bisa menghindari masalah teknis seperti audio penanya yang terganggu, salah bicara, dan video yang tidak siap. Pada saat bertanya, penanya menghidupkan fitur video. Namun seringkali jurnalis tidak ingin menampilkan wajah/menghidupkan video.

Tabel 4
Waktu yang Paling Disukai dalam Konferensi Video oleh Humas Saat Pandemi Covid-19

Waktu	Alasan
Pukul 08.00 -10.00	Kelemahan: terlalu pagi masih ada peserta yang tidur, sudah memiliki berita rutin yang harus ditulis/berita sehari sebelumnya
Pukul 10.00 – 12.00 dan pukul 13.00 -15.00	Kondisi tubuh masih segar
Pukul 15.00 – 17.00	Kelemahan: terlalu sore mendekati tenggat waktu, mengerjakan pekerjaan rumah tangga

Sumber: Hasil wawancara dengan informan

Tabel 5
Durasi yang Paling Disukai dalam Konferensi Video oleh Humas Saat Pandemi Covid-19

Durasi	Alasan
1 jam – 1,5 jam	Dengan catatan: paparan narasumber dengan sesi tanya jawab yang dibatasi, paparan narasumber dengan sesi tanya jawab lewat kolom <i>chat</i> , paparan narasumber dengan sesi tanya jawab lewat kolom <i>chat</i> dan sisanya melalui email.
> 2 jam	Kelemahan: membosankan (<i>boring</i>), capek, menyedot/menghabiskan kuota atau paket data internet

Sumber: Hasil wawancara dengan informan

Tabel 6
Bentuk Sesi Tanya Jawab dalam Konferensi Video oleh Humas Saat Pandemi Covid-19

Bentuk Sesi	Alasan
Bertanya langsung	Dengan catatan: moderator harus membatasi pertanyaan
Melalui kolom percakapan (<i>chat</i>)	Lebih cepat, tidak ada gangguan audio, tidak ada salah bicara, lebih jelas
Bertanya langsung & <i>chat</i>	Dengan catatan: jika pertanyaan pada kolom <i>chat</i> dipotong maka bisa bertanya langsung, tanya jawab langsung dibatasi sisanya melalui <i>chat</i> dan email.

Sumber: Hasil wawancara dengan informan

Jurnalis dari Kantor Berita Antara dan jurnalis Liputan6.com memilih sesi tanya jawab dilakukan secara langsung dan melalui *chat*. Menurut jurnalis Antara, jika hanya melalui *chat*, moderator atau *host* seringkali memotong pertanyaan. Sementara jika pertanyaan disampaikan langsung akan lebih jelas. Informan memilih kedua bentuk sesi tanya jawab tersebut tergantung pada narasumber yang hadir. Sementara jurnalis Liputan6.com memilih sesi tanya jawab secara langsung dan adapula melalui kolom *chat*, namun jika tidak selesai dijawab melalui surat elektronik.

Tabel 7 dan Tabel 8 menunjukkan kekurangan konferensi pers daring yang diselenggarakan oleh humas dari sisi teknis maupun kemasannya, serta solusi yang diberikan oleh para jurnalis. Dari sisi teknis, para jurnalis menemukan beberapa kekurangan konferensi pers daring jika dibandingkan konferensi pers tatap muka yaitu: koneksi atau sinyal yang buruk menyebabkan audio/suara terdengar samar-samar/terputus-putus sehingga informasi yang disampaikan menjadi tidak jelas, materi yang disajikan tidak bisa ditampilkan, adanya gangguan suara (*noise*) akibat mikrofon peserta atau pembicara yang tidak dinonaktifkan, perangkat ponsel/laptop jurnalis yang tidak mendukung, serta menghabiskan atau menyedot paket data jurnalis.

Menurut para jurnalis, kekurangan tersebut bisa diperbaiki dengan cara: mempersiapkan teknologi yang akan digunakan sebelum konferensi pers dimulai untuk meminimalisasi persoalan teknis, melakukan tes pada video dan audio tiga puluh menit sebelum acara dimulai, serta mengirimkan rekaman konferensi pers daring kepada jurnalis untuk mengantisipasi peserta yang menghadapi kendala teknis.

Sementara terkait paket data, tidak seluruh jurnalis memiliki permasalahan yang sama. Konferensi pers daring cukup merepotkan bagi jurnalis yang menggunakan paket data melalui ponsel, sementara jurnalis yang memiliki sarana *wifi* di rumah tidak menghadapi masalah paket data. Ada jurnalis yang pernah memiliki pengalaman di mana humas mengirimkan paket data sebelum acara dimulai. Ada pula jurnalis yang meminta agar humas memahami kondisi ini dengan meminta seluruh peserta mematikan fitur kamera untuk menghemat paket data.

Dari sisi kemasannya, para jurnalis menemukan kekurangan konferensi pers daring dan menyampaikan solusi.

Pertama, dalam konferensi pers daring, informasi yang disampaikan seringkali tidak detail terutama terkait dengan data angka dan statistik. Jurnalis meminta agar humas perusahaan memberikan materi segera setelah acara selesai.

Tabel 7

Kekurangan Teknis dalam Konferensi Video oleh Humas Saat Pandemi Covid-19

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

Sumber: Hasil wawancara dengan informan

Tabel 8

Kekurangan dari Kemasan Acara dalam Konferensi Video oleh Humas Saat Pandemi Covid-19

Kekurangan Kemasan acara	Solusi
Informasi yang disampaikan tidak mendetail	Humas perusahaan memberikan materi segera setelah acara selesai tanpa perlu diminta oleh jurnalis
Informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan bidang peliputan dari media yang diundang	Humas perlu memahami bahwa setiap jurnalis memiliki <i>angle</i> berita atau bidang peliputan yang berbeda-beda, sehingga kebutuhan berita ini perlu diakomodasi.
Penjelasan terlalu panjang mengenai profil perusahaan dan prestasi	Profil dan prestasi perusahaan dikirimkan kepada jurnalis dan tidak perlu dipaparkan saat konferensi pers untuk menghemat waktu. Susunan acara lebih fokus pada: latar belakang, isu yang akan disampaikan, dan sesi tanya jawab (Q&A)
Tidak bisa menindaklanjuti informasi lain baik tentang topik konferensi pers maupun di luar topik melalui wawancara langsung/ <i>doorstop</i>	Humas memberikan nomor kontak narasumber, atau memberikan nomor staf humas kepada jurnalis dan staf tersebut perlu segera mencari jawaban; memberi kesempatan bertanya lebih banyak pada sesi Q&A; moderator memegang peranan penting dalam memandu sesi tanya jawab
Pertanyaan yang diajukan di kolom <i>chat</i> tidak dijawab	
Narasumber dan humas tidak memahami arah dari pertanyaan jurnalis	
Merevisi pernyataan narasumber yang sudah disampaikan dalam konferensi pers daring namun dalam jangka waktu lama	Humas harus memiliki panduan informasi mana yang diberitakan dan tidak diberitakan (<i>off the record</i>) segera setelah selesai acara atau sebelum berita tersebut dipublikasikan.
Tidak tepat waktu	Konferensi pers daring harus berjalan tepat waktu karena jurnalis memiliki jadwal lainnya.
Lambat atau bahkan tidak memberikan materi yang disajikan dalam konferensi pers.	Materi konferensi pers dikirimkan segera setelah acara selesai karena jurnalis harus segera membuat berita
Tidak disediakan souvenir atau <i>goodie bag</i> untuk jurnalis	Jika memungkinkan souvenir/ <i>goodie bag</i> bisa dikirim.

Sumber: Hasil wawancara dengan informan

Kedua, informasi yang disampaikan dalam konferensi pers daring tidak sesuai dengan bidang peliputan media yang diundang. Menurut jurnalis, humas perlu memahami bahwa setiap jurnalis memiliki sudut pandang berita atau bidang peliputan yang berbeda. Sebaiknya konferensi pers dilakukan dengan media sejenis yang sesuai dengan isu yang disampaikan. Contoh jurnalis media ekonomi memiliki isu atau *angle* yang berbeda dengan jurnalis di media olahraga. Jika humas mengundang jurnalis dari media ekonomi, maka informasi yang disampaikan dalam konferensi pers juga harus memiliki konten terkait ekonomi (berupa rincian data angka) atau humas cukup mengundang

jurnalis dari media ekonomi. Ketiga, informasi dalam konferensi pers daring seringkali terlalu panjang sehingga menghabiskan waktu seperti menyampaikan profil dan prestasi perusahaan. Jurnalis menyarankan agar profil dan prestasi perusahaan cukup dikirimkan kepada jurnalis dan tidak perlu dipaparkan saat konferensi pers untuk menghemat waktu. Susunan acara lebih fokus pada: latar belakang, isu yang akan disampaikan, dan sesi tanya jawab (Q&A).

Keempat, jurnalis tidak bisa bertanya langsung pada narasumber usai acara atau tidak bisa melakukan *doorstop* sesuai konferensi pers daring seperti yang biasa dilakukan pada saat konferensi pers tatap muka. Ini membuat jurnalis tidak bisa

menindaklanjuti informasi lain baik terkait dengan topik konferensi pers maupun di luar topik. Kelima, pertanyaan yang diajukan jurnalis di kolom percakapan (*chat*) tidak dijawab. Keenam, narasumber dan humas tidak memahami arah dari pertanyaan jurnalis. Jurnalis berharap agar narasumber memberikan nomor kontak bagi jurnalis yang ingin bertanya hal lain, atau nomor kontak staf humas yang bertanggungjawab menghubungkan dengan narasumber. Staf humas juga harus mencari jawaban segera. Seringkali staf humas hanya menampung pertanyaan tanpa mencari jawaban narasumber. Dalam konferensi pers daring, moderator memegang peran penting dalam memandu sesi tanya jawab. Narasumber dan moderator perlu menguasai isu dan memberi kesempatan bertanya lebih banyak pada sesi tanya jawab termasuk di luar topik. Ketujuh, humas terlambat meminta pernyataan tertentu yang disampaikan narasumber dalam seminar, diskusi, konferensi pers daring tersebut tidak diberitakan (*off the record*), sehingga seringkali berita sudah terlanjur ditayangkan. Menurut jurnalis, hal ini merepotkan karena jurnalis harus melalui sejumlah prosedur untuk menurunkan sebuah berita atau merevisi

berita. Sebaiknya, humas memiliki panduan, informasi mana yang diberitakan dan tidak diberitakan segera setelah acara selesai atau sebelum berita tersebut dipublikasikan.

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

Tabel 9
Alasan Jurnalis Menghadiri Konferensi Video yang Diselenggarakan oleh Humas
Alasan

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

Sumber: Hasil wawancara dengan informan

Tabel 9 menunjukkan alasan jurnalis menghadiri dan menyimak konferensi video (seminar, diskusi, rapat, konferensi pers) yang diselenggarakan oleh humas. Hampir seluruh jurnalis pernah mengikuti dua bahkan tiga konferensi video pada waktu yang bersamaan.

Namun, terdapat konferensi video yang disimak sepenuhnya oleh jurnalis yaitu: tema atau topik konferensi video tersebut menarik; narasumber yang dihadirkan adalah tokoh penting atau sentral; bagi jurnalis media cetak, informasi dalam konferensi video tersebut

akan menjadi berita utama atau *headline*; informasi yang disampaikan penting dan berpotensi menjadi berita panjang atau mendalam (*in-depth*); acara atau konferensi video tersebut diselenggarakan oleh perusahaan jurnalis atau satu grup perusahaan media dan merupakan permintaan redaksi; serta, panitia tidak menyediakan materi atau siaran pers sehingga jurnalis harus memperhatikan konferensi video tersebut.

Kegiatan Tatap Muka Humas Selama Pandemi Covid-19

Di tengah kondisi pandemi Covid-19, ada beberapa perusahaan baik swasta maupun pemerintah yang tetap menyelenggarakan kegiatan tatap muka. Bahkan masih ada yang mengizinkan melakukan wawancara langsung kepada narasumber secara bersama-sama/bergerombol. Pada saat ini jurnalis menghindari konferensi pers atau kegiatan pers tatap muka jika tidak benar-benar penting/dibutuhkan.

Tabel 10 menunjukkan bahwa jurnalis bersedia atau nyaman menghadiri

konferensi pers tatap muka di tengah pandemi atau penerapan aturan normal baru, dengan beberapa syarat. Pertama, penyelenggara menjalankan protocol kesehatan yang ketat seperti pengecekan suhu tubuh, penyediaan fasilitas cuci tangan dan *hand sanitizer*, kewajiban menggunakan *face shield*/masker, menjaga jarak fisik (jarak tempat duduk). Kedua, penyemprotan desinfektan di ruangan konferensi pers/kegiatan.

Ketiga, pembatasan jumlah jurnalis yang diundang, atau bisa diselenggarakan dalam beberapa sesi. Keempat, beberapa perusahaan menyediakan fasilitas *rapid test* sebelum jurnalis masuk ke lokasi acara.

Ini membuat jurnalis merasa lebih nyaman dan aman ketika berinteraksi dengan jurnalis lain termasuk dengan narasumber di dalam ruangan, begitupula sebaliknya.

Kelima, fasilitas konsumsi atau makanan tidak disajikan prasmanan di tempat melainkan diberikan langsung dan dibawa pulang .

Tabel 10
Harapan Jurnalis pada Kegiatan Tatap Muka Humas Selama Pandemi Covid-19
Harapan Jurnalis

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

Sumber: Hasil wawancara dengan informan

Keenam, jika memungkinkan disediakan sarana transportasi jurnalis ke lokasi acara untuk menghindari jurnalis menggunakan transportasi umum. Upaya pencegahan ini lebih baik dilakukan daripada muncul kasus positif yang justru berpotensi menjadi pemberitaan negatif bagi perusahaan.

Pembahasan

Publisitas atau relasi media sebagai salah satu fungsi humas harus tetap dilakukan di

tengah kondisi pandemi. Artinya, perusahaan harus terus memperoleh peliputan media dengan tetap menyelenggarakan kegiatan khusus (*special event*) baik internal maupun eksternal, mendistribusikan siaran pers, kegiatan konferensi pers, dan bahan lainnya yang ditujukan pada jurnalis. Humas yang mampu membaca situasi ini akan segera beralih ke digital. Ini merupakan salah satu fungsi humas yaitu manajemen krisis.

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

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

- a. Platform Konferensi Video. Jurnalis berharap kegiatan humas seperti seminar, diskusi, konferensi pers, dilakukan secara daring melalui platform konferensi video. Aplikasi yang paling disukai jurnalis yaitu Zoom Meeting.
- b. Waktu dan Durasi Kegiatan. Kegiatan konferensi pers/seminar/diskusi daring dilakukan tepat waktu, dan pada jam kerja antara pukul 10.00 – 15.00, dengan durasi 1 jam – 2 jam.
- c. Peserta Kegiatan. Peserta kegiatan konferensi pers/seminar/diskusi daring dibatasi. Humas perlu memetakan institusi media massa untuk mengetahui karakteristik media massa, jenis berita berdasarkan segmentasi khalayak tiap media (Gani, 2015). Narasumber yang dihadirkan juga kompeten di bidangnya.
- d. Kemasan Acara. Kegiatan daring disusun dengan baik agar mampu memenuhi harapan para jurnalis, diantaranya: susunan acara fokus pada inti acara; sesi tanya jawab mampu memenuhi kebutuhan pemberitaan jurnalis, jika ada

keterbatasan waktu, humas mampu memberi jawaban melalui sarana lain dengan cepat; moderator yang kompeten atau memahami isu dan mampu mengatur acara terutama sesi tanya jawab; materi presentasi, data, atau siaran pers dikirimkan segera setelah kegiatan daring selesai; kesalahan/revisi konferensi pers/siaran pers dilakukan secara cepat; pemberian souvenir sebagai bentuk apresiasi atas kehadiran jurnalis.

Setelah pemerintah merelaksasi penerapan PSBB dan menerapkan skenario tatanan Normal Baru, beberapa kegiatan humas sudah beralih menjadi tatap muka kembali. Namun, jurnalis berharap kegiatan dilakukan sesuai protokol kesehatan. Praktisi humas dan media massa harus saling memahami tugas masing-masing. Pemahaman ini akan membantu keduanya bekerja dan menjaga posisi. Humas disarankan menjalin komunikasi dengan media massa secara rutin agar tercipta hubungan yang harmonis (Gassing & Suryanto, 2016).

PENUTUP

Simpulan

Jurnalis memiliki pandangan yang berbeda-beda dalam menjalani kegiatan konferensi video yang diselenggarakan oleh humas di saat pandemi. Beberapa hal yang disoroti oleh jurnalis media cetak dan daring dalam kegiatan konferensi video oleh humas yakni terkait aplikasi yang digunakan, waktu penyelenggaraan, durasi, profil peserta, dan kemasan acara.

Pertama, penggunaan Zoom Meeting sebagai aplikasi yang paling disukai dan mudah diakses oleh jurnalis. *Kedua*, peserta/jurnalis yang diundang dalam kegiatan daring khususnya konferensi pers sebaiknya disesuaikan dengan bidang peliputan masing-masing jurnalis agar informasi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan pemberitaan. *Ketiga*, waktu penyelenggaraan dan durasi disesuaikan dengan tenggat waktu (*deadline*) jurnalis melaporkan berita (tidak terlalu pagi dan terlalu sore/malam). *Keempat*,

kemasan acara yang menarik namun juga efisien. Kemasan acara ini meliputi susunan acara fokus dengan informasi yang akan disampaikan; pemilihan moderator yang menguasai topik sehingga pertanyaan jurnalis bisa dipahami dengan baik; format sesi tanya jawab yang mampu mengakomodir kebutuhan berita jurnalis; pendistribusian materi dengan cepat pada saat atau sesuai acara; hingga beberapa jurnalis mengharapkan apresiasi kehadiran.

Saran

Bagi praktisi humas, penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan humas secara daring memiliki kelemahan baik secara teknis maupun kemasan acara jika dibandingkan dengan kondisi tatap muka. Namun, sebagian besar jurnalis masih mengharapkan humas melakukan komunikasi secara daring dengan menggunakan platform konferensi video jika pandemi belum berakhir. Sementara, jika dalam kondisi pandemi kegiatan humas sudah beralih menjadi tatap muka kembali. Jurnalis berharap kegiatan dilakukan dengan protokol kesehatan yang ketat.

Bagi akademisi atau peneliti lain, penelitian ini bisa menjadi rujukan atau pengembangan riset terkait digitalisasi dalam bidang humas, hubungan dengan media massa, dan strategi komunikasi korporasi/perusahaan. Selain itu, penelitian ini dilakukan dengan studi kasus pada jurnalis media daring dan media cetak. Peneliti berikutnya bisa melakukan penelitian serupa dengan studi kasus pada jurnalis media audio visual seperti televisi yang menuntut kehadiran jurnalis di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Archetti, C. (2013) Journalism in the age of global media: The evolving practices of foreign correspondents in London. *Journalism*. [Online] 14 (3), 419–436. Available from: doi:10.1177/1464884912472140.
- Argenti, P. (2003) *Corporate Communications*. 3rd edition. Boston, Mc Graw Hill.
- Baik, R.N. (2007) Transparansi Informasi: Koalisi Strategis PR dengan Pers. In: *Panduan Praktis Kehumasan: Bermitra dengan Pers, Melepas Isolasi Dunia Bisnis*. Jakarta, Lembaga Pers Dr. Soetomo. p. 34.
- BAKTI KOMINFO (2019) *10 jenis komunikasi daring anda biasa pakai yang mana*. [Online]. 2019. Available from: https://www.baktikominfo.id/en/informasi/pengetahuan/10_jenis_komunikasi_daring_anda_biasa_pakai_yang_mana-744.
- Brown, R. (2009) *Public Relations and The Social Web: How to Use Social Media an Web 2.0 in Communications*. London, Kogan Page.
- Butterick, K. (2014) *Pengantar Public Relation*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, S.M., Center, A.H. & Broom, G.M. (2009) *Effective Public Relations*. 9th edition. Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Darmastuti, R. (2007) *Etika PR & E-PR*. Yogyakarta, Gava Media.
- DeVito, J.A. (2013) *The Interpersonal Communication Book*. 13th edition. New Jersey, Pearson Education.
- Gani, P.K. (2015) *PR Corner, Panduan Kreatif Praktisi Humas*. Jakarta, Gramedia.
- Gassing, S.S. & Suryanto (2016) *Public Relations*. Yogyakarta, Andi Yogyakarta.
- Imogen Communication Institute (2020a) *4th Communication Insight Report: Jurnalisme dan New Normal*.
- Imogen Communication Institute (2020b) *The Third Communications Insight Report*.
- Kriyantono, R. (2008) *Public Relations Writing, Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta, Prenada Media Group.
- Margianto, H.J. & Syaefullah, A. (2012) *Media Online: Pembaca, Laba dan Etika*. Jakarta, Aliansi Jurnalis Independen.
- Oktavianti, R. & Irwansyah (2016) Actor Network in Technology-Mediated Communications Network: A Study of News Gathering Network by Journalist. *The Social Sciences*. [Online] 11 (19), 4581–4584. Available from: <https://medwelljournals.com/abstract/?doi=sscience.2016.4581.4584>.
- Oliver, S. (2010) *Public Relations Strategy*. 3rd edition. London, Kogan Page.
- Oliver, S. (2001) *Strategi Public Relations*. Jakarta, Airlangga.
- Ruslan, R. (2010) *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Smith, R.D. (2017) *Strategic Planning for Public Relations*. 5th edition. New York, Routledge.
- Straubhaar, J., LaRose, R. & Davenport, L. (2012) *Media Now: Understanding Media, Culture*

and Technology Seventh Edition. 7th edition. Belmont, CA, Wadsworth Cengage Learning.