

Pelatihan Manajemen Media Digital Bagi Praktisi Media Lokal di Era Digital

Eni Maryani^{1*}, Ilham Gemiharto², Sintaningrum³, Subekti Priyadharna⁴
^{1,2,3,4} Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia

ABSTRAK

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan, pelatihan bertema ‘Manajemen Media Digital bagi Praktisi Media Lokal’ dibutuhkan oleh praktisi media lokal di Kabupaten Pangandaran dalam menghadapi era digital. Pelatihan yang kemudian dilakukan oleh tim Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) Fikom Unpad ini menggunakan metode ceramah dan diskusi dengan peserta terbatas. Peserta terdiri dari para praktisi media lokal di Kabupaten Pangandaran yang tergabung dalam Aliansi Jurnalis Pangandaran (AJP). Berdasarkan hasil evaluasi terhadap pelatihan yang dilakukan, ditemukan beberapa hal berikut. Praktisi media lokal adalah sumber daya yang memiliki keterbatasan baik dari segi fasilitas maupun kapasitas, akan tetapi sangat antusias untuk meningkatkan kualitas mereka dengan mengikuti pelatihan terutama terkait dengan media digital. Peserta pelatihan memiliki idealisme berbasis pada prinsip-prinsip jurnalis dan kepedulian pada kepentingan lokal. Diperlukan peningkatan kemampuan untuk mengemas konten lokal di media digital. *WhatsApp Group* dengan nama ‘Diskusi Unpad’ yang dibuat atas inisiatif peserta merupakan output pelatihan yang menjadi ruang komunikasi antara akademisi dan praktisi untuk berbagi pengetahuan tentang beragam isu serta mencari solusi beragam masalah yang dihadapi

Kata kunci: pelatihan, manajemen, media digital, era digital

ABSTRACT

Based on the situation analysis, we gather that a training in "Digital Media Management for Local Media Practitioners" is needed by local media practitioners in Pangandaran Regency to empower them in facing the digital era. The training conducted by the Community Service Team (PPM) of Fikom Unpad, carried out lectures and discussions with limited participants. Participants consisted of local media practitioners in The Pangandaran Regency who are members of the Pangandaran Journalists Alliance (AJP). Based on the results of the evaluation in the training, the following points were found. Local media practitioners are a resource that is limited both in terms of facilities and capacity but are very enthusiastic to improve their quality by participating in trainings especially those related to the digital media. The training participants have idealism based on journalistic principles and concern for local interests. An increase in the ability to package local content in the digital media is needed. WhatsApp Group with the name "Diskusi Unpad" which was created at the initiative of the participants is a training output that becomes a communication space between academics and practitioners to share knowledge on various issues and find solutions to various problems faced.

Keywords: training, management, digital media, digital era

PENDAHULUAN

Keberadaan media lokal di Indonesia sangat penting karena Indonesia merupakan negara yang demokratis dan memiliki sistem otonomi daerah dalam pemerintahannya. Selain itu, Indonesia memiliki wilayah yang luas dan memiliki keragaman budaya sehingga media lokal berperan menjaga keragaman yang dimiliki dan sekaligus menjalinnnya sebagai identitas bangsa Indonesia yaitu Bhineka Tunggal Ika. UU No 32/2002 tentang Penyiaran, menetapkan Penyiaran Nasional diselenggarakan melalui sistem stasiun siaran jaringan dan stasiun siaran lokal. Sistem tersebut juga diharapkan dapat mengurangi dominasi pengusaha nasional yang kurang memberi ruang untuk perkembangan industri media penyiaran di tingkat lokal.

Merujuk pada paparan di atas maka peningkatan kompetensi para praktisi media lokal juga menjadi penting. Pelatihan media digital untuk para praktisi media lokal di era digital diharapkan dapat meningkatkan kualitas kerja mereka dan kemampuan institusi mereka untuk memperluas jangkauannya pada khalayak. Selain itu para praktisi media juga harus memahami pengelolaan konten lokal baik terkait proses pencarian, pengolahan maupun penyebarannya. Di era digital, terdapat tantangan untuk mendapatkan informasi dan sumber atau referensi yang dapat dipertanggungjawabkan serta bermanfaat. Hal itu harus hadapi pula oleh para praktisi media lokal.

Peningkatan pengetahuan dan keahlian praktisi media terkait dengan media digital perlu terus ditingkatkan karena penetrasi internet dan penggunaan media digital menjadi salah satu yang terus mengalami peningkatan termasuk di kawasan Pangandaran. Masyarakat di wilayah Kabupaten Pangandaran mengakses informasi dari beragam media digital. Namun, adopsi teknologi ini belum dibarengi dengan tingkat literasi digital yang memadai. Oleh karena itu gerakan literasi digital menjadi sangat penting karena efek revolusi industry 4.0 tidak bisa dicegah (Megawati & Megawanti, 2019). Revolusi 4.0 yang ditandai dengan tingginya penggunaan teknologi digital perlu disikapi dengan bijak. Kini dampak dari teknologi ini lebih banyak menyebabkan terjadinya hal-hal yang negatif, termasuk tersebarnya hoaks di media digital atau sosial, dibandingkan hal positif yang dapat memberdayakan masyarakat.

Pelatihan manajemen media digital bagi praktisi media lokal ditujukan untuk menambah pengetahuan dan meningkatkan keterampilan praktisi media, khususnya dalam mengelola media sosial. Perkembangan media digital atau *new media* diasumsikan dapat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat termasuk masyarakat di Jawa Barat (Jenkins, 2006). Menyikapi hal tersebut maka media lokal di Jawa Barat harus beradaptasi dengan situasi baru tersebut yaitu melakukan konvergensi media dengan menggunakan media digital. Hal itu membantu praktisi media dalam upayanya untuk mencari, mengolah, mendistribusikan informasi serta melakukan evaluasi terhadap praktik komunikasi yang terjadi. Konvergensi dalam media terjadi karena adanya perubahan pola pikir dalam industri media seperti pandangan Henry

Jenkins. Henry Jenkins menjelaskan bahwa berbagai institusi media besar menggunakan berbagai media untuk memperkuat dan memperluas daya jangkauannya pada khalayak.

Melalui konvergensi media maka dimungkinkan proses pengumpulan atau pencarian informasi yang lebih banyak karena pesan mengalir melalui berbagai saluran (Jenkins, 2006). Dalam kegiatan jurnalisme berbagai media dapat memanfaatkan hal ini untuk menjangkau khalayak yang lebih beragam dengan memanfaatkan berbagai saluran yang ada. Kemampuan media untuk beradaptasi dengan berbagai teknologi baru menjadi hal yang penting dalam konvergensi, terutama pada sisi produsen media.

Media lokal di bidang penyiaran, berdasarkan UU no 32, merujuk pada media yang dimiliki atau dikembangkan oleh pengusaha media setempat dan hanya beroperasi pada wilayah siar di daerahnya. Pengertian media lokal mencakup semua media baik cetak maupun elektronik yang dikelola, dan terbit atau bersiaran di daerah atau wilayah tertentu. Merujuk ke UU No 32/2002, mencakup media lokal dan jaringan. Sebuah media lokal di daerah tertentu seharusnya memiliki sebagian besar sumber informasi atau konten berita dari wilayah tempat media itu beroperasi. Konten itulah yang didefinisikan dengan konten lokal.

Sementara itu, media sosial merupakan salah satu media baru yang berkembang bersamaan dengan perkembangan internet. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Kaplan & Haenlein, 2010). Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media social menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: Twitter, Facebook, Instagram, dan Youtube. Definisi lain dari sosial media juga di jelaskan oleh Van Dijck yaitu platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna dan memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (van Dijck & Poell, 2013).

Media sosial merupakan media paling populer di Indonesia. Menurut data dari We Are Social (2019), media sosial mencakup Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube. Di luar itu media saluran lain juga dibahas, termasuk bagaimana media menggunakan konvergensi pada media sosial untuk publikasi konten video dan audio seperti Spotify, Youtube dan penyedia layanan *podcast*. Media Sosial menjadi salah satu hal pertama yang dilakukan saat media massa mainstream menggunakan media digital selain pemanfaatan situs web dan penggunaan sirkulasi digital sebagai penyebaran produknya. Contohnya seperti koran digital dan radio berbasis web. Usaha untuk menggunakan media sosial merupakan bagian dari usaha adaptasi digital dan berujung pada konvergensi yang dilakukan media mainstream. Konvergensi bukanlah hal yang baru dalam media namun memerlukan usaha yang konsisten untuk

memaksimalkan kegunaannya. Oleh karena itu diperlukan kemampuan melakukan manajemen media digital yang sesuai dengan tujuan organisasi.

Bidang manajemen media masih berjuang dengan digitalisasi konten media yang sedang berlangsung dan bagaimana menciptakan bisnis strategis yang berkelanjutan di dunia digital (Oliver & Picard, 2020). Banyak organisasi menghadapi situasi bahwa slogan mereka “berpikir global, bertindak lokal” (*think globally, act locally*). Levitt, (1983) terganggu oleh perusahaan lain yang memanfaatkan sinergi untuk melakukan pendekatan *glokal* (Global & lokal)(Svensson, 2001). Konsep manajemen media sosial merupakan konsep baru yang muncul pasca perkembangan media sosial yang semakin pesat. Sebuah organisasi tidak dapat menggunakan media sosial hanya untuk sekedar tujuan di media sosial atau menggunakan media sosial hanya sebagai sensasi baru. Sebaiknya inisiatif media untuk menggunakan media sosial harus menggunakan strategi media sosial, yang disusun mengikuti strategi organisasi (Van Looy, 2016, hal. 49).

Manajemen media digital atau secara khusus salah satunya media sosial membutuhkan pendekatan multidisiplin. Manajemen media sosial harus dimulai dengan strategi untuk menciptakan nilai bisnis. Strategi media sosial dan taktik yang digunakan juga berkaitan dengan *community management, blogging, social bookmarking* dan *gamification*. Amy Van Looy juga secara lebih lanjut menjelaskan bahwa strategi manajemen media sosial pada akhirnya disusun mengikuti bagaimana sebuah organisasi atau brand menggunakan media sosial, dalam hal ini bagaimana media mainstream memanfaatkan media sosial untuk keperluan mereka.

Secara sederhana tujuan media sosial pada umumnya adalah untuk menyampaikan pesan. Terkait dengan media sosial Kietzmann mengajukan bahwa terdapat 7 fungsi media sosial lainnya yakni: *presence* (kehadiran), *relationships* (hubungan), *identity* (identitas), *sharing* (berbagi), *reputation* (reputasi), *conversations* (pembicaraan), dan *groups* (kelompok). Menurut Kietzman masing-masing fungsi media sosial itu akan memiliki implikasi yang berbeda-beda (Kietzmann et al., 2011).

Adaptasi dilakukan oleh beragam institusi media mainstream dengan melalui penggunaan media digital pada akhirnya membutuhkan kemampuan mengelola media sosial. Terbukti dari pelatihan manajemen media di Gita terhadap Jurnalis Kota Bandung. semakin terungkap kebutuhan pelatihan tentang pengelolaan media sosial (Maryani, et al, 2020). Untuk itu kemampuan mengelola media sosial menjadi penting. Pelatihan mengelola media sosial juga penting bagi banyak pihak termasuk para ibu-ibu yang berkiprah di industri rumahan (Yulianingsih, Meutia & Chloifah, 2019). Di kalangan aktivis penggunaan media sosial juga banyak dilakukan dalam berbagai isu sehingga dikenal istilah *digital activism* (Maryani & Astari, 2018). Dengan kata lain media sosial dapat menjadi salah satu sumber berita bagi Jurnalis selain untuk menyebarkan berita yang mereka buat. Tulisan ini akan memaparkan

upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan praktisi media lokal melalui pelatihan manajemen media sosial. Selain menggambarkan dan menganalisis hasil yang dicapai, tulisan ini juga mengungkap tantangan dan peluang pemanfaatan media digital serta kendala yang masih dimiliki.

METODOLOGI PELAKSANAAN

Perkembangan infrastruktur internet dan meningkatnya akses masyarakat di berbagai daerah terhadap media digital juga menghasilkan perubahan konsumsi media di berbagai daerah. Situasi tersebut berdampak pada perubahan pola konsumsi media masyarakat di tingkat lokal atau masyarakat kota kecil di berbagai kabupaten termasuk di Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat.

Merujuk pada situasi tersebut maka para praktisi media lokal di Pangandaran harus selalu mengembangkan pengetahuan dan ketrampilan mereka terkait dengan pengelolaan media digital khususnya media sosial baik secara pribadi atau yang bersifat kelembagaan. Untuk itu mereka membutuhkan kegiatan yang memberikan kesempatan untuk mengembangkan pengetahuan dan ketrampilan tersebut. Oleh karena itu diperlukan pelatihan media digital khususnya media sosial yang mudah dipahami oleh praktisi media. Selain itu pelatihan juga harus berisi hal-hal inovatif, dan dalam situasi yang partisipatif.

Menyusun Kerangka Pemecahan Masalah

Merujuk pada perubahan yang dihadapi para praktisi media lokal dan keterbatasan yang mereka miliki maka mereka membutuhkan peningkatan pengetahuan dan ketrampilan terutama di dibidang media digital. Para praktisi media adalah kalangan profesional yang membutuhkan peningkatan kapasitas akan tetapi memiliki waktu terbatas. Mereka umumnya juga bersikap kritis dan memiliki beragam pengalaman. Oleh karena itu perlu dirancang pelatihan seperti apa yang harus direalisasikan sehingga sesuai dengan kebutuhan para praktisi media lokal di Pangandaran.

Untuk menyiapkan sebuah pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan para praktisi media di Pangandaran maka dilakukan beberapa upaya berikut. (1) Membangun komunikasi yang lebih intensif dengan beberapa tokoh praktisi media di Pangandaran yang memiliki jaringan dengan para Jurnalis di Pangandaran. Tokoh ini menjadi perantara hubungan tim PPM dengan para jurnalis atau praktisi media yang dapat berpartisipasi dalam pelatihan yang akan dilakukan. (2) Mengumpulkan data terkait penggunaan media digital oleh beberapa media lokal dan mengidentifikasi kebiasaan serta kebutuhan dikalangan praktisi media lokal terkait penggunaan media digital khususnya media sosial. (3) Menyiapkan materi pelatihan berdasarkan studi literatur, diskusi di antara anggota tim dan konsultasi dengan beberapa praktisi media lokal dan digital. Diskusi dilakukan untuk menetapkan materi yang dibutuhkan

dalam upaya meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan praktisi media tentang manajemen media digital terutama media sosial.

Realisasi Pemecahan Masalah

Berbasis pada pengumpulan data yang dilakukan maka dirancang kegiatan pelatihan sebagai sebuah upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan para praktisi media di Pangandaran. Untuk merealisasikan kegiatan maka tim PPM menyusun materi pelatihan dan melakukan kontak dan koordinasi pada salah seorang tokoh dari jurnalis di Pangandaran.

Melalui Pak Hikmat yang tergabung dalam Aliansi Jurnalis Pangandaran maka dikoordinasikan rencana pelatihan yang akan dilaksanakan. Pelaksanaan yang dikoordinasikan dengan pihak Aliansi Jurnalis Pangandaran adalah terkait dengan waktu pelaksanaan. Sementara untuk tempat sudah ditetapkan Gedung PSDKU milik Unpad yang terletak di Cintaratu. Koordinasi dengan pihak PSDKU dalam hal ini staf yang bertanggung jawab dengan penggunaan ruangan yaitu Bapak Yadi. Hal-hal yang dikoordinasikan dengan pengelola tempat adalah hal-hal teknis terkait *setting* ruangan, kelengkapan peralatan untuk kegiatan pelatihan, dan konsumsi bagi para peserta pelatihan. Akan tetapi untuk sebuah kegiatan pelatihan hal ini sangat penting karena akan berimplikasi pada proses pelatihan.

Terkait dengan masalah administrasi juga disiapkan yaitu alokasi dana konsumsi, daftar kehadiran, *form* bukti penerimaan uang transport bagi peserta, dan SPPD tim PPM yang bertugas ke Pangandaran. Hal ini sesuai dengan prinsip transparansi dan akuntabilitas kegiatan sehingga dapat dipertanggungjawabkan. Ini sangat penting mengingat peserta pelatihan adalah para praktisi jurnalis yang bersifat kritis.

Memahami Khalayak Sasaran

Sesuai dengan analisis situasi dan permasalahan yang berkembang terkait dengan kebutuhan para praktisi media maka pelatihan ini menetapkan khalayaknya atau peserta pelatihan para praktisi media di Pangandaran. Jumlah peserta dibatasi karena praktisi media di Pangandaran yang cukup aktif terbatas. Selain itu pelatihan juga dirancang agar memungkinkan komunikasi yang interaktif dan memberi kesempatan diskusi yang lebih banyak. Oleh karena itu peserta yang dilibatkan dibatasi dan pada akhirnya dalam pelaksanaan dapat dihadiri 10 orang dari 10 institusi media.

Para praktisi media atau jurnalis yang dilibatkan dalam pelatihan adalah para Jurnalis dari berbagai media di Pangandaran baik radio, televisi maupun cetak maupun media online. Institusi media asal para Jurnalis juga beragam baik yang bersifat lokal, regional maupun nasional atau media jaringan. Pelatihan dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 1. Institusi Peserta Pelatihan

No	Instansi
1.	Pangandaran News
2.	Radar Tasikmalaya
3.	Fokusjabar.id
4.	mypangandaran.com
5.	kabarpangandaran.com
6.	sindonews.com
7.	ruber.id
8.	Kabar Priangan
9.	Detik.com
10.	Buser Trans

Sumber: Dokumen Tim PPM (2020)

Melalui pendekatan komunikasi yang cukup intensif maka keterlibatan para peserta dalam pelatihan merupakan kesediaan peserta baik dari segi waktu maupun tempat. Sambutan peserta terhadap rencana pelatihan sangat antusias. Mereka segera memberikan konfirmasi kesediaan mereka untuk mengikuti pelatihan.

Metode pendekatan personal dan tahapan kegiatan yang sistematis terbukti menentukan kelancaran proses dan hasil pelatihan. Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) mencakup beberapa tahapan kegiatan berikut. (1) Tahapan analisis kebutuhan praktisi media atau Jurnalis di Pangandaran terhadap manajemen media digital. (2) Tahapan penyusunan modul atau materi pelatihan yang mencakup konten tentang manajemen media digital khususnya media sosial, kemasan konten dan mekanisme pelatihan. (3) Tahapan koordinasi terkait pelaksanaan pelatihan dengan pihak lokal baik peserta pelatihan maupun penyedia tempat pelatihan. (4) Pelaksanaan pelatihan yang dilakukan dengan menggunakan metode ceramah yang disampaikan oleh tim PPM sebagai pemantik diskusi. Selanjutnya diskusi memunculkan beragam pertanyaan dan jawaban serta beragam pemikiran, pendapat dan juga kesadaran terkait masalah yang dihadapi. Komunikasi atau diskusi berkembang cukup menarik, baik antar narasumber pelatihan (tim PPM) dengan peserta pelatihan, maupun antar para peserta pelatihan. (5) Pasca pelatihan komunikasi antara para fasilitator dengan para peserta terus dijaga. Hal ini menghasilkan hubungan pertemanan yang dapat saling berbagi cerita, pemikiran dan pengalaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) dengan topik “Pelatihan Manajemen Media Digital Terhadap Praktisi Media Lokal di Era Digital” dilaksanakan pada saat pandemi Covid-19. Pelaksanaan dilakukan secara luring dengan menerapkan protokol kesehatan Covid-19.

Melalui luring pelatihan yang dilaksanakan dapat membangun suasana yang lebih akrab secara personal antara fasilitator dan peserta. Hal ini sejalan dengan pemikiran bahwa komunikasi yang efektif secara psikologis mencakup dimensi isi dan hubungan (Jalaludin Rakhmat, 2020). Oleh karena membangun hubungan baik antara peserta dan fasilitator dalam sebuah pelatihan sangat penting.

Berbagi dan Meningkatkan Kompetensi

Pelatihan dilaksanakan di Gedung I Kampus Program Studi Di Luar Kampus Utama (PSDKU) Unpad yang terletak di Cintaratu, Kabupaten Pangandaran. Waktu pelaksanaan pelatihan berlangsung sejak jam 13.00-16.00 WIB. Tempat pelatihan telah siap dengan seluruh perlengkapan yang dibutuhkan oleh narasumber maupun peserta. Identitas kegiatan ditandai dengan dipasangnya *backdrop* berupa poster dan sebuah banner berisi informasi tentang kegiatan. Selain itu form kehadiran serta konsumsi para peserta juga tersedia. Form bukti penerimaan uang pengganti transportasi bagi para peserta juga disiapkan untuk diisi peserta setelah m,enerium,a uang transportasi di akhir pelatihan.

Keseluruhan kegiatan melibatkan tiga orang narasumber, satu orang kontak person dengan peserta, dan satu orang penanggung jawab lapangan dan persiapan pelatihan, seperti ijin dan setting ruangan, perangkat pelatihan, serta konsumsi dan perangkat atau formulir administratif. Pelatihan diikuti oleh 10 orang peserta yang terdiri dari para praktisi media di Kabupaten Pangandaran.

Acara dimulai dengan pembukaan dari salah satu wakil tim PPM yang memperkenalkan anggota tim PPM dan juga menyampaikan tujuan dilaksanakannya pelatihan bagi para praktisi media di Kabupaten Pangandaran. Hal ini penting untuk membangun kesepakatan antar fasilitator dan peserta untuk mencapai tujuan kegiatan. Sesi perkenalan para peserta dilakukan dengan mengemukakan nama dan asal institusi.

Setelah pembukaan acara dilanjutkan dengan penyampaian materi pelatihan tentang pengelolaan media Digital – Sosial bagi Praktisi Media Lokal di Pangandaran. Materi pelatihan disampaikan secara bergantian oleh narasumber yang terdiri dari tim PPM dan difasilitasi oleh salah seorang anggota tim PPM yang bertindak sebagai moderator.

Materi yang disampaikan mencakup tentang 9 praktik pengelolaan media social bagi prakti Jurnalis. Secara garis besar materi pelatihan terdiri dari hal-hal penting yang harus diperhatikan dalam penggunaan media sosial oleh para praktisi media atau jurnlias media lokal. Adapun 9 praktik pengelolaan terdiri dari isu-isu yang dapat dilihat dalam tabel 2.

Tabel 2. Materi Pelatihan Managemen Media Digital

NO.	MATERI
1.	Kumpulkan dan publikasikan profil professional anda
2.	Sapa kolega Anda dan organisasi lain di ruang virtual Anda
3.	Bersikaplah etis dan penuh perhatian saat berinteraksi
4.	Periksa fakta cerita dan sumber Anda
5.	Gunakan <i>threads & Stories</i> untuk menghindari kekacauan di <i>followers' feeds</i> Anda
6.	Publikasikan hal-hal yang lebih dari artikel berita dan <i>text-based post</i>
7.	Tingkatkan dan temukan cerita baru dengan hashtag
8.	Jangan takut untuk menjadi seseorang atau pribadi
9.	Bagikan postingan saat audiens kemungkinan besar akan terlibat

Sumber: Dokumen Peneltiti (2020)

Secara teknis pelatihan dilakuka sesuai dengan waktu yang diagendakan dan disepakati oleh tim PPM, tim lokal Pangandaran dan peserta pelatihan. Walaupun hujan cukup besar sebelum acara pelatihan dimulai akan tetapi seluruh peserta dapat hadir ke tempat pelatihan.

Berdasarkan persiapan yang dilakukan terkait dengan materi yang diberikan dan diskusi yang difasilitasi maka kegiatan pelatihan berjalan sesuai dengan rencana. Peserta menilai pelatihan yang diikuti penting dan menarik bagi mereka. Dengan kata lain pelatihan yang direncanakan dengan baik, dan sesuai dengan kebutuhan peserta akan diapresiasi oleh para peserta.

Bagaimana Praktisi Media Mengelola Media Sosial?

Sesi pemberian materi digunakan oleh tim PPM untuk menyampaikan materi dengan menggunakan materi yang dikemas dalam format *power point*. Selanjutnya para peserta mengajukan beberapa hal baik berupa pertanyaan, pernyataan, maupun konfirmasi tentang apa yang disampaikan oleh nara sumber.



Gambar 1. Peserta Menyimak Materi

Sumber: Dokumentasi Foto Tim PPM, 2020

Sebagian besar peserta pelatihan sebagai praktisi media atau jurnalis menyatakan materi yang diberikan menambah pengetahuan mereka. Selain itu menyadarkan bahwa mereka belum mengelola secara professional media sosial yang mereka miliki. Terungkap beberapa hal yang disampaikan dalam materi pelatihan sebelumnya tidak terlalu diperhatikan oleh para peserta.

Pertama, terkait dengan profil para praktisi media di media sosial. Peserta pelatihan kurang menyadari bahwa profil akan menjadi dasar pengguna media sosial menilai profesionalitas mereka. Profil juga dapat menjadi dasar untuk mengenal atau membangun kredibilitas institusi mereka di mata khalayak.

Salah satu contoh praktis, untuk membangun kredibilitas, praktisi media dapat menggunakan foto wajah yang tampak professional (tidak selalu formal). Kemudian men-tag organisasi tempat bekerja, hasil karya atau liputan yang sudah dihasilkan. Selain itu di profil juga perlu dicantumkan alamat email resmi sebagai cara awal untuk membangun hubungan dengan beragam orang dan berbagai Lembaga.

Kedua, menyapa kolega dan organisasi lain di ruang virtual yang kita miliki. Praktisi media adalah sosok yang mewakili komunitas. Sebagai bagian dari komunitas maka seorang praktisi media harus saling mendukung satu sama lain. Seorang praktisi media dapat mendukung rekannya dengan membagikan atau memposting ulang konten karya rekan praktisi media lain. Sikap kita akan mendorong rekan kita melakukan hal yang sama pada tulisan atau konten kita.

Memposting ulang dan me-*retweet* orang lain memungkinkan kita untuk menjaga *feed* tetap segar dan membangun hubungan pada saat yang bersamaan. Jangan malu mengikuti sesama jurnalis karena sebagian besar praktisi media di media sosial mengikuti ribuan akun demi mendapatkan berita yang konstan.

Ketiga, perlunya bersikap etis dan penuh perhatian pada orang lain di media sosial. Media sosial bagi praktisi media memberi peluang terkoneksi secara cepat dan mudah dengan organisasi lain maupun publik. Akan tetapi tantangannya adalah harus harus berhati-hati dan perhatikan kode etik atau norma-norma yang berlaku saat berinteraksi di media sosial.

Praktisi media harus menghindari *Name-calling*, kontroversi, dan pertengkaran di media sosial yang pasti dapat menghasilkan *buzz* dan klik. Hal tersebut akan lebih banyak merugikan daripada menguntungkan. Sebagai praktisi media anda harus berusaha untuk tetap tenang dan tidak mencoba membuat orang marah dan dapat merusak reputasi dalam jangka panjang.

Keempat, perlu selalu memeriksa fakta, cerita dan sumber yang dirujuk. Hal itu menjadi penting karena ketidakpercayaan terhadap media seringkali bermula dari informasi yang salah atau terjadi pemutar balikan cerita. Oleh karena itu sebelum menekan '*posting*' perlu mengecek dan memastikan kebenaran berita yang akan di '*posting*' tersebut.

Akan tetapi jika terjadi kesalahan yang tidak dapat dihindari, maka kita harus segera melakukan koreksi dan juga mengungkapkan permintaan maaf. Jangan panik karena kadang hal itu terjadi. Bersikaplah rendah hati, terus terang, dan terus berpikir maju jangan larut pada satu kesalahan.

Kelima, seorang praktisi media selain seorang profesional dia juga seorang manusia. Memperkenalkan diri sebagai seorang manusia atau pribadi juga memberikan kesempatan untuk mendapatkan tambahan pengikut bukan karena profesi atau pekerjaan.

Sesekali seorang praktisi media dapat berbagi tentang pengalaman atau pencapaian pribadinya yang tidak berhubungan dengan pekerjaannya. Orang perlu juga mengenal kehidupan pribadi seorang praktisi media.

Keenam, bagikan unggahan saat pengikut terlibat. Setiap mengunggah konten kita harus memastikan bahwa konten tersebut mendapat banyak perhatian. Salah satu strateginya adalah dengan memahami waktu terbaik untuk mengunggah di media sosial.

Selain itu anda juga dapat memanfaatkan *publishing tools* seperti *sprout social* sehingga dapat meletakkan konten dan secara otomatis *tools* tersebut akan mencari waktu untuk mengunggah konten secara otomatis sesuai dengan waktu atau ketika keterlibatan pengikut kita paling tinggi dan aktif.

Ketujuh, adalah peran penting *hashtag* untuk menampilkan konten kita pada lebih banyak orang. Terkait dengan *hashtag* terdapat fakta yang menunjukkan bahwa unggahan dengan *hashtag* menerima lebih banyak jangkauan daripada yang tidak. Itulah pentingnya menempelkan hashtag ke artikel dan postingan kita adalah langkah yang halus namun cerdas untuk menampilkan cerita kita kepada lebih banyak orang.

Kedelapan, pentingnya penggunaan *threads* dan *stories*, untuk menghindari kekacauan di *followers's feed* media sosial. Terkait pemberitaan yang bergerak cepat, para praktisi media dituntut sering mengunggah konten di media sosial. Untuk menghindari kekacauan dengan banyaknya unggahan maka dapat digunakan *threads* untuk menyimpan semua unggahan di satu tempat.

Format *Stories* juga populer di Instagram atau *Facebook Stories*. Cerita merupakan cara komunikasi yang dapat dengan cepat dan mudah untuk mempublikasikan suatu gagasan,

pengalaman atau peristiwa. Selain itu penggunaan *Stories yang* menghilang dalam waktu 24 jam juga sesuai dengan kerja praktisi media yang kemungkinan besar akan beralih ke liputan berita baru pada saat yang lama kedaluwarsa.

Kesembilan, perlu diingat bahwa aktivitas praktisi media di media sosial bukan hanya memberikan tautan ke artikel. Menyuntikkan sedikit kreativitas ke dalam strategi konten yang dibuat dapat membantu kita menonjol dari yang lain. Selain itu, perlu juga melibatkan publik di luar unggahan berbasis teks.

Melalui *platform* video langsung seperti *Periscope* milik Twitter, dapat dibuat sebuah liputan berita jaringan hanya dengan *smartphone*. Menyusun siaran langsung wawancara, hingga pelaporan di tempat, saat ini lebih mudah dilakukan. Akan tetapi penggunaan media sosial sebagai sumber berita perlu melakukan *chek and rechek* sebagai tanggung jawab Jurnalis yang juga terikat pada Kode Etik Jurnalistik (KEJ) sebagai pedoman kerja Jurnalis (Nuraeni, 2017)

Bentuk tanggung jawab jurnalis atas pemberitaan yang bersumber dari media sosial adalah dengan kegiatan *chek* dan *recheck* dan dalam pelaksanaan tugas jurnalistik harus berpedoman kepada Kode Etik Jurnalistik (KEJ).

Beragam pengetahuan yang disampaikan dalam pelatihan membangun kesadaran para jurnalis atau praktisi media terkait dengan hal-hak yang bersifat teoritis dan praktis. Melalui diskusi yang terjadi peserta berbagi pengalaman terkait beberapa kasus yang relevan dengan materi yang disampaikan.



Gambar 2. Berbagi gagasan dan pengalaman dalam diskusi
Sumber: Dokumentasi Foto Tim PPM, 2020

Di dalam diskusi terungkap pengalaman dan pertanyaan tentang sikap atau cara yang harus diambil terkait beberapa kasus, salah satunya adalah terkait dengan kekerasan terhadap praktisi media. Kekerasan terhadap praktisi media umumnya dimulai dengan kontak atau ancaman melalui WhatsApp maupun media sosial lainnya. Hal ini menjadi isu yang memerlukan pembahasan tersendiri. Undangan untuk melakukan diskusi tentang hal

tersebut dengan para praktisi media Pangandaran yang bernaung di perkumpulan 'Aliansi Jurnalis Pangandaran' sangat menarik dan penting.

Diskusi berjalan dalam situasi yang cukup santai tapi isu yang dibahas sangat serius terkait beragam pertanyaan tentang kasus-kasus di manajemen digital dan juga tentang nasib media konvensional menghadapi era digital. Diskusi juga tidak hanya berisi pertanyaan-pertanyaan akan tetapi juga tambahan-tambah informasi terkait media yang berkembang di Pangandaran. Banyak terungkap pengalaman para peserta di lapangan. Terdapat juga gagasan-gagasan atau pemikiran-pemikiran yang dapat dikembangkan sebagai masukan untuk keberlangsungan media di Pangandaran dalam era digital.

Sesi diskusi dalam pelatihan ini akhirnya secara formal diselesaikan walaupun dilanjutkan dengan diskusi informal sambil menyantap konsumsi yang tersedia. Para peserta kemudian mengundang tim PPM untuk berkunjung atau mengadakan diskusi lagi dengan mereka di markas Aliansi Jurnalis Pangandaran.

Pasca pelatihan hubungan Tim PPM dengan para peserta terjalin akrab. Kami sepakat untuk terus menjaga hubungan kelompok pelatihan agar menjadi tempat berdiskusi walaupun dilakukan secara virtual. Semangat dan komitmen dalam mengembangkan media lokal didokumentasikan dalam foto bersama. Dokumentasi foto bersama dibuat dengan tetap melaksanakan protokol kesehatan di masa covid yaitu menggunakan masker dan menjaga jarak.



Gambar 3. Berkomitmen untuk media lokal

Sumber: Dokumentasi Foto Tim PPM, 2020

Perubahan Pada Khalayak

Setiap kegiatan komunikasi yang dilakukan perlu dievaluasi keberhasilan atau kekurangannya. Oleh karena itu setelah sebuah pelatihan dilakukan peserta perlu diminta untuk menilai pelatihan yang mereka ikuti. Hal itu juga dilakukan dalam pelatihan ini. TIM PPM telah mempersiapkan instrument evaluasi yang kemudian disebarkan pada peserta setelah acara selesai. Instrumen yang dibuat berupa kuesioner dengan 10 pertanyaan pilihan (*multiple choice*) dan satu pertanyaan isian atau uraian. Kuesioner dibuat dalam format digital yaitu *google form* yang harus diisi peserta sebagai bahan evaluasi singkat kegiatan yang dilakukan.

Selain itu tim PPM juga mewawancarai dua peserta untuk mengungkapkan secara lebih detail dan mendalam terkait saran dan tanggapannya tentang Pelatihan Manajemen Media Digital bagi Para Praktisi Media Lokal.

Setelah pelatihan berakhir para peserta tampak bersemangat untuk terus menambah atau berbagi pengetahuan dan pengalaman. Pada hari yang sama setelah pelatihan tim PPM dimasukan oleh admin ke dalam *WhatsApp Group* yang berisi para Jurnalis atau praktisi media Pangandaran yang telah mengikuti pelatihan dengan nama 'Diskusi Unpad'. Untuk sementara berbagai informasi dan pengalaman dapat dipertukarkan atau dibahas di *Group "Diskusi Unpad"*. Hasil atau *outcome* yang dihasilkan dari kegiatan PPM ini mencakup 2 indikator capaian. Pertama setelah pelatihan peserta merasakan tambahan pengetahuan dan sadar untuk terus menambahnya. Kesadaran tersebut tercermin dengan dibentuknya WA group peserta dan fasilitator agar dapat terus berdiskusi dan berbagi pengetahuan. Kedua, hasil evaluasi juga mengungkapkan bahwa pelatihan dinilai peserta sangat baik seperti terlihat dalam tabel di bawah.

Tabel 3. Penilaian Responden terhadap Pelatihan

NO	PERNYATAAN PENILAIAN	SANGAT SETUJU	SETUJU
1.	Materi pelatihan mudah dipahami	100%	0
2.	Materi pelatihan memberi informasi baru tentang pengelolaan media sosial	100%	0
3.	Materi pelatihan sesuai dengan pekerjaan peserta	97,5%	2,5%
4.	Pelatihan memberi ruang untuk menyampaikan masalah yang dihadapi	97,5%	2,5%
5.	Pelatihan memberi kesempatan diskusi	100%	0
6.	Pelatihan dikelola dengan sangat baik	97,5%	2,5%
7.	Narasumber menguasai materi pelatihan	100%	0
8.	Pelatihan sangat bermanfaat bagi peserta	97,5%	2,5%
9.	Bersedia mempraktikkan materi yang diperoleh	95%	5%
10.	Bersedia untuk ikut serta kembali dalam pelatihan	100%	0

Sumber; hasil pengolahan data (2020)

Rencana Tindak Lanjut

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini secara umum bertujuan untuk melakukan pemberdayaan pada masyarakat. Oleh karena itu kegiatan ini dirancang untuk beberapa kegiatan yang berkelanjutan. Rencana itu sejalan dengan harapan peserta yang merespon kegiatan dengan antusias dan mengharapkan ada kegiatan lanjutan. Kegiatan PPM di Pangandaran telah diusulkan oleh tim PPM Fikom Unpad untuk diselenggarakan kembali pada tahun 2021. Saat ini kegiatan PPM di Pangandaran telah diajukan sebagai rencana kegiatan PPM melalui skema riset dan pengabdian pada masyarakat dengan dukungan Hibah Internal Unpad, tahun 2021. Rencana tindak lanjut kegiatan PPM merupakan upaya untuk mempertahankan semangat praktisi media atau jurnalis. Selain itu hal tersebut menjadi wujud komitmen semua pihak dalam upaya mempertahankan dan mengembangkan media lokal yang lebih berkualitas dan berpihak pada kepentingan lokal.

SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan dan evaluasi kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) dengan tema "Manajemen Media Sosial bagi Praktisi Media Lokal" menghasilkan beberapa simpulan berikut. Pelatihan mendapat tanggapan yang antusias dari para praktisi media sehingga proses perencanaan, koordinasi, pelaksanaan, dan evaluasi berjalan lancar. Kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan para praktisi media lokal terkait dengan pengelolaan media digital menghasilkan apresiasi dari para peserta. Materi yang diberikan serta kegiatan yang diikuti menambah semangat para praktisi media lokal dan memperkuat keinginan untuk terus meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan mereka sebagai jurnalis atau praktisi media. Keberhasilan pelatihan dapat dilihat dari antusias peserta untuk terus melakukan sharing pengetahuan dan diskusi. Pelatihan manajemen media digital bagi praktisi media di Pangandaran menghasilkan ruang virtual yang diinisiasi peserta dalam format WhatsApp Group dengan nama 'Diskusi Unpad'. Terjadi pengembangan pelatihan atau diskusi yang diawali dengan luring berlanjut dalam bentuk daring. Diperlukan pelatihan-pelatihan selanjutnya untuk memberi semangat dan meningkatkan kualitas kerja praktisi media lokal serta terus menjaga keberlangsungan media lokal di Pangandaran dalam menghadapi era digital.

Setiap Program PPM yang dilakukan akan dievaluasi untuk menilai efektifitas juga kekurangannya serta dukungan dan tantangan yang ada dalam setiap pelaksanaan program PPM Unpad. Hasil evaluasi dari setiap program PPM akan jadi bahan masukan yang berharga dan sangat bermanfaat untuk merencanakan dan melaksanakan Program PPM di tahun-tahun berikutnya baik di Kabupaten Pangandaran maupun wilayah-wilayah lainnya di Jawa Barat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Universitas Padjadjaran yang telah mendukung kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini. Kegiatan ini didanai melalui Skema Riset Kompetensi Dosen Unpad (RKDU) yang mencakup kegiatan riset dan Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) dalam program Hibah Internal Unpad (HIU) tahun 2020.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldridge, M. (2007). *Understanding the Local Media*. Berkshire: Open University Press.
- Armando, A. (2016). *Televisi Indonesia - Di Bawah Kapitalisme Global*. Jakarta: Kompas Media Nusantara
- Barnhart B. (2020), *Social media and journalism: how to effectively reach the public?* Published on May 11, 2020, <https://sproutsocial.com/insights/social-media-and-journalism/>
- Ferguson, D. A., & Greer, C. F. (2016). Reaching a Moving Target : How Local TV Stations are Using Digital Tools to Connect With Generation C Reaching a Moving Target : How Local TV Stations are Using Digital Tools to Connect With Generation C. *International Journal on Media Management*, 18(3-4), 1-20.
<https://doi.org/10.1080/14241277.2016.1245191>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture : Where Old and New Media Collide* (Vol. 26). New York University Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.00>
- Franklin, B. (Ed.). (1998). *Local Journalism and Local Media*. London: Routledge.
- Maryani, E., Astari, S., (2018). Selebriti dalam Digital Activism Tentang Kekerasan Terhadap Perempuan di YouTube, *Jurnal Manajemen Komunikasi*, Volume 3, No. 1, Oktober 2018, hlm 1-17 ISSN: 2548-3242 (cetak), eISSN: 2549-0079 Website:
<http://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi>. DOI : <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.20656>
- Maryani, E., Priyadharma, S.W., Janitra, P.A., & Rahmawan, D. (2020). Advokasi media lokal untuk praktisi media di Kota Bandung. *Riau Journal of Empowerment*, 3(2), 105-116.
<https://doi.org/10.31258/raje.3.2.105-116>

- Megawati, Erna., Megawanti, Priarti, (2019) Edukasi Gerakan Literasi Sekolah dan Sikap Cinta Tanah Air dalam Menghadapi Era Disrupsi 4.0 pada Anggota Masyarakat Bina Utama Melati, JPKM; Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Volume 25 No. 1, Januari - Maret 2019 p-ISSN: 0852-2715 | e-ISSN: 2502-7220
<http://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jpkm/article/view/14067>
- Nielsen, R. K. (Ed.). (2015). *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*. London and New York: I.B Tauris.
- Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, S. (2012). *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia*. Jakarta: Centre for Innovation Policy and Governance.
- Nugroho, Y., Siregar, M. F., & Laksmi, S. (2012). *Memetakan Kebijakan Media di Indonesia*. Jakarta: Centre for Innovation Policy and Governance.
- Nuraeni,R., Sugandi, S., M., (2017). Peran Media Sosial Dalam Tugas Jurnalistik, Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi), [S.l.], v. 3, n. 1, p. 43-58, june 2017. ISSN 2442-4005. Available at: DOI: <https://doi.org/10.25124/liski.v3i1.806>
- Olsen, R. K., & Solvoll, M. K. (2018). Reinventing the business model for local newspapers by building walls. *Journal of Media Business Studies*, 00(00), 1–18.
<https://doi.org/10.1080/16522354.2018.1445160>
- Rakhmat, J. (2018) Psikologi Komunikasi, Bandung, PT Simbiosis Rekatama Media
- Yulianingsih, Mutia, I., Cholifah,N.W, (2019). Tata Kelola Media Sosial sebagai Pendukung Peningkatan daya Jual Porduk I dustri rumahan, Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat Vol. 02 No. 01, Januari – Aprill 2019 p-ISSN 2614-574X, e-ISSN 2615-4749 hal. 56-63 DOI : 10.30998/jurnalpkm.v2i01.2759
- We Are Social. (2019). *DIGITAL 2019: INDONESIA*. Diambil dari DATAREPORTAL.COM website: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia?rq=indonesia>