

KONFERENSI PERS DI MASA PANDEMI COVID-19 : STRATEGI HUMAS LEMBAGA PERLINDUNGAN SAKSI DAN KORBAN (LPSK) DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI KE KHALAYAK

Maya May Syarah, Azida Shifa Alaina
Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika
maya.mms@bsi.ac.id, azidashifa123@gmail.com

ABSTRAK

Humas Lembaga Perlindungan Saksi dan Korban (LPSK) perlu membina hubungan yang akrab dan baik dengan media massa atau biasa disebut media relations agar segala sesuatu yang menyangkut informasi kepada publik eksternal berjalan lancar. Meski pandemi Covid – 19 berlangsung namun kegiatan media relations harus tetap dilaksanakan salah satunya adalah konferensi pers. Demi keamanan dan mengikuti anjuran pemerintah untuk meminimalkan kerumunan orang banyak atau pun jaga jarak, maka Humas LPSK memiliki strategi media relations khususnya konferensi pers dengan dilakukan secara dalam jaringan (Daring) atau virtual atau online. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi humas lembaga perlindungan saksi dan korban (LPSK) dalam melakukan konferensi pers ditengah pandemi Covid-19. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif serta teknik pengumpulan data observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas sesuai dengan tahapan yang dilakukan berjalan secara terarah *step by step*. Selain itu konferensi pers yang diselenggarakan humas berjalan baik, meski masih ada kekurangan berupa kendala teknis seperti sinyal maupun kuota.

Keywords : Media Relations, Konferensi Press, Strategi Humas, Covid - 19

PENDAHULUAN

Ruang lingkup kegiatan public relations atau humas terbagi menjadi internal dan eksternal. Pada hakikatnya kegiatan humas bertujuan untuk menjembati baik publik internal maupun eksternal dengan perusahaan atau organisasi atau lembaga. Hal ini dilakukan agar menjadikan perusahaan/organisasi/lembaga/instansi tersebut memiliki citra baik.

Humas Lembaga Perlindungan Saksi dan Korban (LPSK) perlu membina hubungan yang akrab dan baik dengan media massa atau biasa disebut media relations agar segala sesuatu yang menyangkut informasi kepada publik eksternal berjalan lancar. Instansi pemerintah, baik Pusat maupun Daerah, mulai menyadari bahwa untuk membangun pemerintahan yang sehat dan bersih diperlukan banyaknya kritikan dan pendapat pihak lain atau pendapat publik.

Media relations sebagai bagian kegiatan eksternal public relations merupakan langkah untuk membina hubungan baik antara perusahaan atau lembaga dengan publiknya. Kegiatan ini dilakukan bertujuan untuk pembentukan opini publik yang positif bagi lembaga. (Yuhanda, 2019). Sementara menurut Iriantara (2010) media relations merupakan bagian dari public relations eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi.

Salah satu kegiatan media relations untuk menyampaikan informasi kepada publik atau khalayak luas adalah dengan menyelenggarakan konferensi pers. Humas LPSK akan mengundang media massa untuk menyampaikan informasi yang selanjutnya akan diteruskan kepada masyarakat luas melalui konferensi pers. Konferensi pers merupakan suatu acara

khususnya untuk memberitahukan, mengumumkan kegiatan, baik yang sudah terjadi maupun yang akan dilakukan.

Menurut Eriansyah (2015) konferensi pers atau jumpa pers merupakan suatu kegiatan hubungan pers yang paling dikenal yang dilakukan menjelang, menghadapi atau setelah terjadi peristiwa atau kegiatan penting atau besar. Dijelaskan oleh Eriansyah bahwa kelebihan jumpa pers atau konferensi pers bila dibandingkan penyebaran siaran pers terletak pada aspek deskripsi atau tanya jawab. Dengan adanya forum antara wartawan dan penyelenggara jumpa pers memungkinkan wartawan makin kaya dengan informasi yang didapat sehingga wartawan dapat menulis berita tersebut lebih dari satu kolom, bahkan menjadi berita utama.

Pemanfaatan media massa dipilih menjadi cara yang paling efektif untuk kegiatan yang sifatnya informatif terlebih untuk sebuah instansi pemerintahan yang mewajibkan untuk masyarakat mengetahui seluruh informasi yang berkaitan dengan kebijakan. Begitu pula apa yang dijalankan oleh humas LPSK. Pada hal ini bagian humas LPSK memposisikan sebagai gerbang informasi bagi masyarakat Indonesia dan Media massa. Menyadari pentingnya Saksi dan Korban bagi tindak pidana di Indonesia hal tersebut mulai melibatkan humas LPSK dengan dunia media massa. Kini bagian humas LPSK melakukan manajemen media sebagai upaya untuk menjembatani antara pemerintah dengan masyarakat.

Humas LPSK lebih banyak menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak karena memang media inilah yang cenderung lebih intens dalam mempublikasikan pemberitaan, dengan hasil yang ingin dicapai yaitu tercipta pengertian dan pemahaman serta sikap masyarakat yang positif tentang LPSK dan kegiatannya, terbentuknya opini positif masyarakat dapat meningkatkan peran serta masyarakat dalam rangka peredaman berita serta opini masyarakat mengenai LPSK dan kegiatannya. Selain itu penyebarluasan informasi mengenai keberhasilan kegiatan maupun program yang dilakukan oleh LPSK, dengan adanya peningkatan kasus dan kurangnya pemberian perlindungan terhadap saksi dan korban dalam sistem peradilan, LPSK hadir sebagai kepanjangan tangan negara dalam melindungi saksi dan korban. Sebab melalui LPSK, negara hadir memberikan jaminan perlindungan bagi saksi dan korban. Melihat begitu pentingnya peran LPSK dalam mendukung penegakan hukum di Indonesia. LPSK terus berupaya untuk menyebar luaskan informasi mengenai tugas dan fungsi lembaga di masyarakat.

Hal tersebut sejalan seperti yang diungkapkan Ardianto (2009) bahwa tujuan diadakannya Konferensi Pers antara lain: 1. Menyebarkan informasi positif kepada publik (masyarakat luas) tentang perusahaan, seperti penandatanganan kerja sama, ekspor perdana, penggantian direksi, public ekspose (go public-nya perusahaan dan lainnya). 2. Menetralisir atau membantah berita yang tidak benar atau negatif tentang perusahaan, manajemen, karyawan, produk/jasa dan lainnya. 3. Meningkatkan image (citra) yang dapat menunjang pemasaran dan penjualan suatu produk/jasa, seperti pengenalan produk baru, ekspansi ekspor, produksi, prestasi perusahaan (masuk 10 besar pembayaran pajak) dan lainnya. 4. Membina hubungan secara langsung dengan pers.

Pada kegiatan konferensi pers biasanya mengundang para wartawan atau media massa untuk hadir dalam konferensi pers yang diadakan oleh instansi pemerintah/ LPSK. Namun pada masa pandemi COVID-19 membangun batasan dalam berinteraksi. Kondisi ini mendorong LPSK untuk membuat alur komunikasi yang lain untuk dapat terhubung dengan

masyarakat yaitu dengan melakukan konferensi pers. daring (dalam jaringan) atau virtual. Konferensi pers dinilai sebagai layanan masyarakat untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat serta dapat mengontrol pesan yang disampaikan. Konferensi pers daring (dalam jaringan) atau virtual ini lahir karena LPSK melihat kurangnya informasi mengenai LPSK di masyarakat. Sebab itu informasi mengenai LPSK harus tetap disampaikan kepada khalayak luas.

Di tengah pandemi Covid-19, konferensi pers daring rupanya menjadi preferensi utama para wartawan dalam mencari informasi selain siaran pers. Menurut Direktur Imogen Communication Institute Widi Wahyu Widodo, wartawan sangat membutuhkan informasi langsung dari narasumber saat melakukan konferensi pers secara daring. Apalagi jika narasumber yang bersangkutan cukup sulit untuk dihubungi secara pribadi. "Konferensi pers secara daring bisa menjadi sarana bagi wartawan untuk bertanya langsung selama sesi tanya jawab," katanya seperti dikutip pada www.humasindonesia.id

Hal ini juga sejalan dengan instruksi pemerintah yang memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka memutus mata rantai penyebaran virus Covid-19. Dari total responden tercatat 61,4 persen memilih konferensi pers secara daring saat *work from home* (WFH). Alasannya karena cara ini masih memungkinkan mereka untuk bertanya langsung kepada narasumber melalui kolom komentar atau live chat.

Ketua Asosiasi Perusahaan Public Relations Indonesia (APPRI) Jojo S. Nugroho menyoroti beberapa instansi pemerintah yang masih menyelenggarakan konferensi pers secara off-line di tengah pandemi. Selain menjadikan wartawan sebagai golongan yang rentan tertular Covid-19, hal ini juga bertentangan dengan kebijakan pemerintah yang selama ini gencar mengampanyekan #dirumahaja dan jaga jarak fisik (physical distancing). Oleh karenanya, ia pun mengimbau seluruh agensi public relations untuk tidak menyelenggarakan konferensi pers off-line. Sebaliknya, memanfaatkan teknologi daring ketika menyelenggarakan kegiatan selama pandemi. www.humasindonesia.id

Aktivitas jurnalis juga beradaptasi. Berbagai kunjungan pun dibatasi, praktik interview memanfaatkan berbagai plafon komunikasi, hingga konferensi pers pun bersifat virtual melalui video conference. Kerjasama dengan media dalam hal pemberitaan yang selalu menjadi tantangan media adalah menjaga kualitas konten pemberitaan. Tidak semerta-merta seluruh informasi terkait Covid-19 akan disiarkan, setiap informasi harus dikurasi sebelum disiarkan. Saling memahami kebutuhan kerja masing-masing antara PR dan Media menjadi kunci dalam menjaga hubungan baik. www.perhumas.or.id

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian pendahuluan di atas, maka rumusan masalah pokok dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi humas lembaga perlindungan saksi dan korban (LPSK) dalam melakukan konferensi pers di masa pandemi Covid-19 ?

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi humas lembaga perlindungan saksi dan korban (LPSK) dalam melakukan konferensi pers ditengah pandemi Covid-19. Serta untuk memberikan saran dan bentuk evaluasi kepada LPSK dalam melakukan Konferensi Pers di masa Pandemi Covid-19.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Humas

Gassing dan Suryanto dalam Afifah dan MM Syarah (2020) mengatakan bahwa strategi humas berkaitan dengan beberapa tahap, antara lain:

1. Tahap stakeholders; perilaku organisasi berpengaruh terhadap stakeholders. Praktisi public relations harus dapat membaca perkembangan lingkungan dan perilaku organisasi, misalnya menggunakan survei.
2. Tahap publi; publik terbentuk ketika organisasi menyadari adanya problem tertentu. Pendapat ini berdasarkan hasil penelitian Gruning dan Hunt (1994), yang menyimpulkan bahwa publik muncul sebagai akibat adanya problem dan bukan sebaliknya.
3. Tahap isu: publik muncul sebagai konsekuensi dari adanya problem selalu mengorganisasi dan menciptakan isu. Arti isu disini bukan kabar burung yang berkonotasi negatif, melainkan suatu tema yang dipersoalkan.
4. Praktisi *public relations* perlu mengembangkan tujuan (objective) formal seperti komunikasi, akurasi, pemahaman, persetujuan, dan perilaku tertentu terhadap program-program kampanye komunikasinya.
5. Praktisi *public relations* harus mengembangkan program resmi dan kampanye komunikasi yang jelas untuk menjangkau objective diatas.
6. Praktisi *public relations* khususnya para pelaksana, harus memahami permasalahan dan dapat menerapkan kebijakan kampanye komunikasi.
7. Praktisi *public relations* harus melakukan evaluasi terhadap efektifitas pelaksanaan tugasnya untuk memenuhi pencapaian objective dan mengurangi konflik yang muncul di kemudian hari.

Sedangkan menurut Cutlip dalam Mukarom dan Laksana (2015) perencanaan strategi (Strategic Planning) bidang humas meliputi kegiatan:

1. Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program.
2. Melakukan identifikasi khalayak penentu (key publics).
3. Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih.
4. Memutuskan strategi yang akan digunakan

Konferensi Pers

Konferensi Pers atau Jumpa Pers menurut Abdullah (2004) merupakan satu kegiatan hubungan pers yang paling dikenal, selain penyebaran siaran pers. Karena itu, hampir setiap lembaga sudah mengenal kegiatan yang satu ini. Jumpa pers ini biasanya dilakukan menjelang, menghadapi ataupun setelah terjadi peristiwa atau kegiatan penting dan besar. Hampir setiap kegiatan di LPSK adalah sebuah kegiatan penting, sebab itu penyelenggaraan konferensi pers perlu diadakan agar informasi bisa sampai ke khalayak luas melalui media massa.

Materi yang dibahas biasanya merupakan sebuah peristiwa penting dan besar, maka jumpa pers ini penyelenggaraannya bisa atas inisiatif lembaga humas, bisa pula atas permintaan wartawan yang menginginkan informasi lebih lengkap tentang suatu peristiwa menarik yang terjadi di masyarakat. (Abdullah, 2004)

Konferensi pers menurut Yuriawan (2020) dalam jurnal Warta Kebun Raya dikatakan sangat efektif dilakukan oleh humas dalam mengklarifikasi krisis, isu serta perkembangan yang sedang terjadi dalam sebuah organisasi. Ciri-ciri dari konferensi pers biasanya diadakan dalam sebuah ruangan yang di situ telah ada beberapa awak media yang sengaja diundang oleh humas guna menyebarkan informasi atau pesan yang disampaikan di media massa. menyebarkan informasi atau pesan yang disampaikan di media massa.

Sementara itu menurut Darmastuti (2012) Konferensi pers merupakan sebuah pertemuan para jurnalistik yang sengaja berkumpul untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan topik-topik yang sedang hangat dibicarakan. Konferensi pers ini diadakan dengan tujuan untuk melakukan klarifikasi atau untuk memperbaiki citra perusahaan yang sempat rusak. Tidak jarang konferensi pers diadakan secara mendadak, dengan tempat seadanya.

Jenis Konferensi Pers

Kegiatan Konferensi Pers terdiri dari dua jenis: 1. Kegiatan Konferensi Pers yang direncanakan: kegiatan pertemuan dengan media massa yang direncanakan oleh organisasi untuk menyampaikan kebijakan baru, peluncuran produk/jasa baru, pengembangan usaha/organisasi atau pemberitahuan mengenai akan diselenggarakan special event tertentu (pameran, seminar nasional/internasional dan lain – lain) untuk dipublikasikan. 2. Kegiatan Konferensi Pers yang tidak direncanakan: adalah pertemuan dengan media yang tidak direncanakan terlebih dahulu untuk tujuan mengklarifikasi suatu masalah/isu/gossip atau menyampaikan kebijakan tertentu yang secara tiba – tiba untuk menanggulangi suatu keadaan/situasi tertentu dengan maksud agar dipublikasikan. Konferensi Pers yang tidak direncanakan sering dikarenakan adanya permintaan dari pihak media massa itu sendiri. (Wardhani, 2008). Terkait jenis-jenis atau bentuk konferensi pers Ruslan (2010) menyebutkan bahwa Taklimat Pers (*Press Briefing*) merupakan jenis konferensi pers resmi yang diselenggarakan secara periodik yang berisi suatu dialog atau diskusi, saling memberikan masukan atau informasi cukup bagi kedua belah pihak.

METODOLOGI

Metodologi pada penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Ardianto (2013) mengatakan bahwa "metode kualitatif deskriptif adalah metode yang mencari teori bukan menguji teori (hypothesis-generating), bukan hypothesis testing dan heuristic. Metode ini juga menitikberatkan pada observasi dan suasana ilmiah (natural setting)".

Sementara Bungin (2013) mengungkapkan bahwa format penelitian deskriptif kualitatif memiliki ciri penelitian yang memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena, oleh sebab itu penelitian ini bersifat mendalam dan menusuk pada sasaran penelitiannya. Biasanya format penelitian deskriptif kualitatif digunakan pada penelitian studi kasus yang memerlukan studi lebih mendalam, seperti penelitian terhadap permasalahan tingkah laku konsumen terhadap produk, efek media terhadap pandangan pemirsa, implementasi kebijakan publik di masyarakat dan lain-lain.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif karena pada penulisan tugas akhir ini dibutuhkan data-data yang akurat dan mendalam.

Selain itu penulis juga berusaha menyampaikan informasi kepada publik mengenai penyelenggaraan konferensi pers di masa pandemic Covid – 19.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *Participant Observation* (Pengamatan Partisipasi) dan wawancara mendalam dilakukan kepada *informan*.

Informan menurut Ardianto (2013) adalah “orang yang dapat memberikan keterangan atau informasi mengenai masalah yang sedang di teliti dan dapat berpesan sebagai narasumber selama proses penelitian”. Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada staf humas LPSK.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Humas Lembaga Perlindungan Saksi dan Korban (LPSK) dalam Konferensi Pers Daring

Berdasarkan observasi dan wawancara, LPSK sangat menyadari akan pentingnya pelayanan terhadap terlindung saksi dan korban. Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanannya, LPSK melakukan kegiatan Konferensi Pers untuk tetap dapat melayani masyarakat dalam mencari keadilan. Dengan keterbatasan jarak dan interaksi dikondisi seperti ini, LPSK melakukan Konferensi Pers secara Daring (Dalam Jaringan).

“Upaya ini dilakukan agar tetap dapat terhubung dengan masyarakat luas serta informasi yang diberikan actual dan factual oleh narasumber dan tenaga ahli LPSK, jelas egga”.

Analisis SWOT LPSK secara umum dan analisis kegiatan Konferensi Pers Daring dapat terlihat pada tabel 1 dan tabel 2.

Tabel 1. Analisis SWOT Lembaga Perlindungan Saksi dan Korban

Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
<ol style="list-style-type: none"> LPSK bergerak berdasarkan Undang-Undang Nomor 31 tahun 2014 mengenai Perlindungan Saksi dan Korban, jaminan perlindungan terhadap saksi dan korban memiliki peranan penting dalam proses peradilan pidana. LPSK memiliki mandat untuk memberi Kompensasi dan Restitusi terhadap korban tidak pidana. LPSK bekerja sama dengan aparat penegak hukum dalam menuntaskan perkara dan hasilnya dapat memberirasa adil bagi saksi dan/atau korban 	<ol style="list-style-type: none"> Kurangnya anggaran untuk LPSK. Menurut data KPPN Jakarta I. Anggaran LPSK ditahun 2019, anggaran yang diterima LPSK sebesar Rp.65 Milyar. Sedangkan pada tahun 2020 turun menjadi Rp.54 Milyar. Kurangnya Sumber Daya Manusiain di Lingkungan LPSK LPSK masih menjadi bagian dari Sekretariat Negara, belum menjadi lembaga yang mandiri.
Opportunity (Kesempatan)	Threath (Ancaman)
<ol style="list-style-type: none"> Membuka kantor perwakilan LPSK di 12 Provinsi di Indonesia, namun yang baru terealisasi sebanyak 2 kantor perwakilan yaitu di DIYYogyakarta dan Medan Sumatera Utara. Mengalami kenaikan laporan dari masyarakat terkait dengan kasus tindak pidana 	<ol style="list-style-type: none"> Menurunnya anggaran, sehingga kualitas kinerja untuk melakukan perlindungan kepada saksi dan/atau korban terhambat. Mendapatkan intimidasi dari pihak yang tidak bertanggung jawab dalam melakukan assessment di lapangan

Tabel 1. Analisis SWOT Kegiatan Konferensi Pers Daring

<i>Strength (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Peserta dapat menonton kembali tayangan konferensi pers, karena terdapat fitur "recording" 2. Konferensi Pers secara daring dapat menjadi sarana bagi wartawan untuk bertanya langsung selama sesi tanya jawab 3. Konferensi Pers daring menjadi preferensi utama para wartawan dalam mencari informasi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membutuhkan kuota internet yang cukup besar 2. Keterbatasan kuota peserta konferensi pers daring 3. Sinyal internet yang tidak stabil menyebabkan kualitas gambar maupun suara yang tidak sempurna. Berdampak pada kurang jelasnya penyampaian informasi dari konferensi pers tersebut.
<i>Opportunity (Kesempatan)</i>	<i>Threat (Ancaman)</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. LPSK tetap dapat menjalankan tugasnya dengan kegiatan konferensi pers daring yang dapat dilakukan tanpa melanggar protocol covid-19 2. Penghematan biaya dalam penyelenggaraan kegiatan 3. Memperkenalkan media social LPSK kepada masyarakat luas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kegiatan serupa dari lembaga lain yang jauh lebih baik 2. Adanya isu keamanan tentang adanya penyusup atau pencurian data, yang secara tiba-tiba masuk tanpa diundang saat melakukan konferensi pers daring 3. Mengalami kendala teknis seperti : Koneksi Internet yang secara tiba-tiba mati, Turunnya aliran listrik yang dapat menghambat konferensi pers secara daring.

Berdasarkan analisis SWOT dibuat dapat terlihat kekuatan dan kelemahan LPSK. Analisis SWOT ini sesuai dengan tujuan agar dapat menemukan aspek-aspek penting dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di lembaga LPSK tersebut. Dengan mengetahui empat aspek tersebut, diharapkan dapat memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, mengurangi ancaman, dan membangun peluang-peluang di masa depan. Sehingga akan mudah menentukan strategi apa yang tepat untuk mencapai tujuan LPSK.

Selanjutnya adalah menentukan tujuan. Dalam hal ini kegiatan yang diselenggarakan strategi humas melalui konferensi pers ini memiliki tujuan adalah:

1. Memberikan pemahaman mengenai tugas dan fungsi LPSK bagi masyarakat.
2. Memberikan pemahaman yang benar, utuh dan mendalam mengenai perlindungan saksi dan korban.
3. Untuk mewujudkan keinginan pemrakarsa dalam penyampaian pernyataan / informasi oleh LPSK.

Langkah selanjutnya menurut informan adalah menentukan target audience/khalayak dalam melakukan Konferensi Pers ditengah Pandemi COVID-19. Target utamanya adalah media massa. Namun isi informasi yang akan disampaikan pada khalayak terdiri dari beberapa bagian yakni:

1. Geografi; berdasakan target khalayak strategi Humas LPSK dari sisi geografi merupakan salah satu impact yang diharapkan dapat bersinergi dengan kegiatan ini. Karena semakin meluasnya informasi tentang LPSK ke daerah di Indonesia maka akan semakin banyak korban tindak pidana yang mudah untuk melaporkan kasus kejahatan yang dialaminya.
2. Demografi; dilihat dari sisi demografi target audience dari kegiatan ini meliputi laki-laki dan perempuan dengan rentan usia 20-70 tahun dan pendidikan tidak terbatas
3. Pshycography atau Gaya Hidup: beberapa hal yang menjadi target khalayak dari strategi humas LPSK dalam melakukan konferensi pers ditengah Pandemic Covid-19 dari sisi gaya hidup adalah para wartawan dan media massa yang meliput sebuah

kejadian berdasarkan dengan kasus yang ditangani oleh LPSK

Pesan yang akan disampaikan pada strategi humas melalui konferensi pers ini adalah Tagline dari LPSK adalah #PeduliSaksidanKorban. Hal ini mengartikan bahwa gerakan peduli korban kejahatan yang dinilai setidaknya dapat memberikan rasa kepada para korban dan anggota keluarganya bahwa mereka tidak sendiri. Dengan peduli terhadap saksi dan korban berarti peduli pada keadilan dan hak asasi manusia.

Pesan primer yang ingin disampaikan oleh LPSK bahwa LPSK hadir sebagai kepanjangan tangan negara dalam melindungi saksi dan korban dengan memberikan jaminan perlindungan bagi saksi dan korban. Adanya LPSK sendiri menunjukkan bahwa penegakan hukum tidak hanya fokus kepada pelaku, melainkan juga saksi dan korban, bahwa korban memiliki hak untuk dipulihkan termasuk hak-hak lain yang dapat diproses di peradilan. Hal ini dinilai penting karena selain agar mendapatkan keadilan juga agar suatu tindak pidana bisa terungkap melalui keterangan saksi dan korban.

Selain itu, terdapat pesan sekunder dari kegiatan Konferensi Pers Daring ini yaitu sudah saatnya membangun kesadaran baru untuk peduli kepada korban kejahatan. Untuk itu LPSK mengajak kalangan pers mengedukasi masyarakat agar berani melaporkan permasalahan hukum yang dihadapi. LPSK juga menginginkan adanya solidaritas masyarakat. Meningkatkan kepedulian satu sama lain, kepedulian ini adalah untuk menghindari masyarakat menjadi korban kejahatan.

LPSK meyakini jika semua unsur yang ada di masyarakat dapat saling bersinergi maka korban kejahatan akan merasa terlindungi dan membantu pengungkapan tindak pidana.

Menurut informan strategi yang digunakan Humas LPSK dalam melaksanakan Konferensi Pers di tengah Pandemi COVID-19 yaitu dengan memanfaatkan teknologi daring (Dalam Jaringan) menggunakan platform media social seperti Aplikasi Live Instagram, Live Meeting Zoom, Live Facebook dan Youtube.

Adapun taktik yang digunakan oleh Humas LPSK dalam menjalankan kegiatan ini yaitu:

1. Memasang design flyer pada akun social media LPSK
2. Menyebar luaskan Design Flayer pada Grup Whatsapp Wartawan
3. Membuat topik pembahasan semenarik mungkin agar dapat menarik wartawan media dalam pemberitaan tentang LPSK.



Gambar 1. Contoh Flyer konferensi pers pers



Gambar 2. Contoh Flyer konferensi

Untuk menyempurnakan suatu kegiatan dibutuhkan media publikasi agar semua tujuan dan sasaran dapat tercapai. Tentunya perlu analisa yang baik dalam menentukan media apa yang digunakan untuk dapat menarik perhatian khalayak. Dalam hal ini Humas LPSK menggunakan media social seperti facebook Humas LPSK RI, *instagram* @infolpsk dan website <https://lpsk.go.id> sebagai media publikasi.

Dengan memanfaatkan website resmi lembaga sebagai media publikasi untuk dapat mencari informasi seputar kegiatan LPSK. Selain itu pemanfaatan media social seperti facebook, Instagram, Youtube dan twitter.

Setelah media publikasi disiapkan, selanjutnya adalah mendata media yang akan diundang pada kegiatan konferensi pers. Media tersebut berasal dari media televisi, radio, koran/surat kabar serta media online. Media massa yang diundang terdiri dari media nasional maupun lokal.

“Media yang diundang lengkap, mulai televisi, radio, media online maupun media cetak seperti koran. Tidak hanya media nasional, kadang media internasional atau kantorberita asing juga kita undang,”

Sementara untuk anggaran, berdasarkan wawancara penulis dengan Informan, untuk anggaran dana yang diambil pada kegiatan ini tidak ada, karena hanya memanfaatkan media social sebagai perantara untuk menyampaikan topik pembahasan tentang LPSK.

Pelaksanaan Kegiatan

Selain siaran pers, konferensi pers secara virtual atau daring menjadi preferensi preferensi paling utama yang digunakan para media dalam mencari informasi pada masa pandemi Covid-19.

Lembaga Perlindungan Saksi dan Korban yang mengandalkan konferensi pers secara online ini sebagai sesuatu yang sangat dibutuhkan dalam menyampaikan informasi. Pemanfaatan teknologi menjadi bagian dari strategi LPSK untuk tetap dapat melayani masyarakat seperti menyelenggarakan Konferensi Pers Daring (Dalam Jaringan) guna melayani masyarakat dalam mencari keadilan. Dengan menggunakan platform media social seperti Aplikasi Live Instagram, Live Meeting Zoom, Live Facebook, dan Youtube.

Setelah menentukan daftar media dan mempublikasikan acara konferensi pers melalui media sosial yang dimiliki LPSK RI, humas juga menggunakan media sosial *whatsapp* untuk menyampaikan info mengenai kegiatan konferensi pers. Pada hari H dilaksanakan konferensi pers, semua tim yang terlibat segera menyiapkan perangkat untuk penyelenggaraan konferensi pers daring atau virtual. Pelaksanaan konferensi per dilakukan melalui *zoom meeting* atau *live instgram*. Berikut beberapa konferensi pers daring yang dilakukan oleh LPSK:



Gambar 3. Beberapa kegiatan dari kiri ke kanan Konpers ABK Indonesia, Konpers Informasi perlindungan korban, Konpers Korban terorisme, Konpers Pekerja migran

Para pegawai LPSK pun merasa terbantu dengan adanya Konferensi Pers secara online ini karena dapat membantu mereka untuk tetap menjalankan tugas mereka seperti saat WFO pada umumnya.

Namun dalam pelaksanaan konferensi pers daring atau virtual, berdasarkan wawancara dengan informan, ada beberapa kendala yang ditemukan antara lain yakni:

1. Kekuatan sinyal yang tidak dapat stabil setiap saat

2. Kendala pada software cam di PC / Laptop
3. Keterbatasan waktu pada aplikasi
4. Tuntutan audio yang jernih
5. Rasa tidak nyaman bertatap muka via zoom

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, pelaksanaan konferensi pers daring ini memiliki kelebihan dan kekurangan. Menurut informan pertama, melakukan konferensi pers secara online lebih mudah mendapatkan informasi, dan juga tidak kesulitan dalam mengelola waktu. Menurutnya bahwa menggunakan media untuk melakukan konferensi pers secara online juga sangat menguntungkan dikarenakan hal tersebut dapat disiarkan ulang.

Menurut Informan kedua pun tidak jauh berbeda dengan informan pertama, yakni dengan melakukan konferensi pers secara online bisa lebih mudah diakses juga lebih menghemat waktu dan juga terjangkau ke seluruh daerah.

Lain hal nya dengan informan ketiga yang kurang menyetujui adanya konferensi pers secara online. Menurutnya belum tentu pihak yang mengikuti konferensi pers secara online tersebut menyimak dengan baik apa yang sedang disampaikan oleh narasumber. terutama yang terkendala dengan teknis dan kuota. Namun hal positifnya adalah dapat menghemat waktu.

SIMPULAN

Mewabahnya Pandemi COVID-19 di Indonesia, Lembaga Perlindungan Saksi dan Korban (LPSK) terus berupaya untuk menjadi lembaga pemerintah yang informatif dengan memberikan pelayanan informasi publik yang akuntabel dan transparan. Pemanfaatan teknologi menjadi bagian dari strategi LPSK untuk tetap dapat melayani masyarakat seperti menyelenggarakan Konferensi Pers Daring (Dalam Jaringan) guna melayani masyarakat dalam mencari keadilan. Konferensi Pers Daring merupakan cara yang ampuh untuk situasi seperti sekarang dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat karena informasi tersebut dapat segera disampaikan oleh pers kepada masyarakat luas dengan media elektronik maupun media cetak secara aktual dan faktual.

Kegiatan Konferensi Pers Daring ini cukup berhasil dalam kegiatan yang sudah berjalan, namun perlu diketahui LPSK, bahwa belum semua wartawan media khususnya yang berada di daerah memiliki akses/jaringan internet dan tidak semua wartawan memiliki akun instagram untuk mengikuti konferensi pers daring yang dilakukan di Instagram. Citra LPSK yang sudah terbentuk sangat baik dimata masyarakat kini diperkuat dengan kepeduliannya terhadap kepuasan terlindung dengan menyajikan informasi – informasi penting yang selalu di update dan di berikan secara langsung oleh narasumber dan tenaga ahli LPSK. Untuk pelaksanaan kegiatan Konferensi Pers Daring ini selanjutnya ada beberapa dengan catatan yang perlu diperhatikan yakni adanya sajian khusus yang dikemas lebih menarik dan informasi yang lebih detail lagi tentang pelayanan LPSK secara berkala dan

terus menerus dalam mempublikasikan kegiatan ini agar mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat dan instansi terkait. Tidak hanya sekedar berjalan, namun harus menunjukkan progress yang baik dimana setiap turunan kegiatan dirasa memiliki peluang yang besar untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap LPSK selaku lembaga perlindungan masyarakat.

REFERENSI

Buku

- Abdullah, Aceng. 2004. Press Relations Kiat Hubungan Dengan Media Massa. Cetakan Kedua. Bandung: PT. Remaja Rosdakary
- Ardianto, Elvinaro. 2009. Public Relations Praktis. Bandung : Widya Padjajaran.
- _____. 2013. Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2013. Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasara Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Goup.
- Darmastuti, Rini. 2012. Media Relations, Konsep, Strategi dan Aplikasi, Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Iriantara, Yosol. 2010. Media relations: konsep, pendekatan, dan praktik. Bandung: Simbiosia Rekatama
- Mukarom, Zaenal & Laksana. 2016. Manajemen Public Relations. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ruslan, Rosady. 2010. Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wardhani, Diah. 2008. Media Relations: Sarana Membangun reputasi Organisasi. Yogyakarta. Graha Ilmu.

Jurnal

- Afifah, Ayu dan Syarah, MM,. 2020. Strategi Humas Badan Pajak Dan Retribusi Daerah Provinsi Dki Jakarta Dalam Upaya Optimalisasi Penerimaan Pajak Daerah. Global Komunika: Jurnal Ilmu sosial dan Ilmu Politik Vol 3, No 1 2020
- Eriansyah. 2015. Praktik Media Relations Humas Pemerintah Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Jurnal komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 9, Nomor 2, April 2015
- Yuhanda, Genik Puji. 2019. Aktivitas Media Relations Di Politeknik LP3I Bandung. Komversal : Jurnal Komunikasi Universal Vol. 5, No. 1, September 2019
- Yuriawan, Kapat. 2020. Penguatan Fungsi Dan Peran Kehumasan Serta Strategi Dalam Meningkatkan Citra Positif Di Pusat Konservasi Tumbuhan Dan Kebun Raya-LIPI. Warta Kebun Raya 18 (1), Mei 2020

Situs:

<https://www.humasindonesia.id/ppid/berita/pentingnya-konferensi-pers-daring-di-tengah-pandemi-277>

<https://www.perhumas.or.id/media-relations-di-era-coronavirus/>

<https://www.beritasatu.com/digital/596596/wfh-wartawan-perlukan-konferensi-pers-daring>