

## **Pelatihan Membangun Potensi Diri untuk Menjadi *Public Relations* yang Mampu Beradaptasi pada Era Digital**

**Ade Muana Husniati \***

Program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh

\*Corresponding Author: ademuaana@unima.l.ac.id

---

### **Abstrak**

Public Relations (PR) merupakan sebuah profesi yang sangat membutuhkan keahlian dan keterampilan berkomunikasi. Keterampilan ini tentu saja tidak didapatkan begitu saja. Tantangan berkomunikasi yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologipun menjadi sebuah keniscayaan. Dibutuhkan latihan dan diskusi yang berkelanjutan agar senantiasa terasah dan tak tertinggal informasi. Beberapa aktivitas yang dapat diikuti bisa bersifat formal maupun informal. Pada artikel ini, kegiatan yang dilakukan berupa pelatihan. Kegiatan Pelatihan ini merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan potensi bagi mahasiswa dan khalayak umum yang kelak ingin terjun ke profesi public relations untuk terus mengasah keterampilan dan keilmuan serta menjangkau relasi sesama peminat bidang ini.

**Kata Kunci:** public relations era digital; potensi diri; adaptasi teknologi

---

### **Pendahuluan**

Di era digital ini, profesi public relations (PR) atau yang biasa disebut humas (hubungan masyarakat) memerlukan berbagai keterampilan dan strategi untuk tetap relevan dan efektif. Seorang professional public relations dapat menghadapi tantangan era digital dan membantu organisasi mencapai tujuannya melalui komunikasi yang efektif dan strategi yang inovatif. Menurut Edward L Bernays dalam bukunya *Public Relations* menjelaskan bahwa beberapa ruang lingkup public relations antara lain adalah informasi, persuasi dan integrasi. Dengan pengertian (1) informasi yang diberikan kepada publik (2) persuasi yang ditujukan kepada publik untuk memodifikasi sikap dan Tindakan, yang terakhir adalah (3) beragam usaha untuk mengintegrasikan sikap dan Tindakan dari sebuah institusi dengan publiknya dan dari publik terhadap institusi. Menurut Bernays pula, keberadaan public relations semakin hari justru semakin penting karena masyarakat yang semakin kompleks dengan proses yang cepat sehingga masyarakat mengalami kesulitan dalam menyesuaikan diri dan mengalami ketegangan. Masyarakat kesulitan untuk mengimbangi kecepatan perkembangan teknologi (Edward L Bernays, 1980)

Saat ini juga sering disebut sebagai era disruptif dimana perubahan cepat terjadi dan seringkali tak terduga yang diakibatkan oleh inovasi teknologi dan model bisnis baru yang mengubah cara kerja tradisional (Arifin, 2020). Hal ini merupakan cerminan perubahan besar dalam teknologi, komunikasi, dan interaksi sosial. Karenanya, para profesional public relations maupun orang-orang yang memiliki ketertarikan untuk masuk ke ranah public relations harus memiliki keahlian yang akan menjadi pondasi yang memungkinkan individu untuk berhasil dan berkontribusi secara signifikan dalam bidang public relations.

Keahlian dalam menggunakan media sosial dan media digital menjadi sangat diperlukan saat ini. Hal ini dibuktikan dalam sebuah penelitian pada tahun 2020 yang dilakukan oleh Shana dan kawan-kawan dengan menganalisis 1000 iklan lowongan pekerjaan, hasilnya menunjukkan bahwa bagi para pemula public relations yang dibutuhkan oleh para pemberi kerja tentu saja keterampilan dasar seperti komunikasi tertulis, namun studi tersebut juga menyoroti keterampilan pada media sosial dan digital (Shana, 2020). Lebih lanjut, studi tersebut menunjukkan perlunya soft skill lainnya seperti keterampilan berorganisasi, kemampuan kepemimpinan, dan kemampuan bekerja dalam tim.

Dalam penelitian lainnya, public relations dianggap telah berevolusi menyesuaikan praktiknya terutama yang berkaitan dengan teknologi. Teknologi dianggap mempunyai pengaruh yang besar terhadap bagaimana PR beroperasi dan berinteraksi di era digital saat ini (Permatasari et al., 2021). Skills yang diperlukan selain komunikasi yang baik adalah penguasaan platform digital dan merancang konten digital.

Untuk membantu para peminat bidang *public relations* (PR) ini memahami perkembangannya, maka pelatihan ini dilakukan agar dapat membantu individu mengembangkan keterampilan komunikasi yang efektif, baik lisan maupun

tulisan terutama menggunakan media digital. Kemampuan ini esensial untuk menyampaikan pesan perusahaan atau organisasi secara jelas dan persuasif nantinya.

Dalam era digital, pelatihan *public relations* membantu profesional memahami penggunaan media sosial secara efektif sesuai kepentingan institusi. Selain itu, pelatihan bagi pemula ini memberikan kesempatan untuk membangun jaringan profesional dengan orang-orang yang berminat untuk berkecimpung dalam industri yang sama, yang dapat bermanfaat untuk karir dan perkembangan diri kelak. Dengan pelatihan yang tepat, mereka dapat meningkatkan wawasan dan efektivitas dalam mengelola komunikasi melalui media sosialnya saat ini.

## Metode

Salah satu metode dalam mengembangkan sumber daya manusia atau SDM adalah dengan melakukan kegiatan pelatihan. Dalam melakukan kegiatan ini beberapa tahapan yang dilakukan adalah:

1. Tim penyelenggara menentukan jadwal, tempat, sosialisasi dan pelaksanaan.
2. Selanjutnya adalah pemateri pelatihan menyiapkan materi presentasi sesuai tema yang telah ditentukan oleh panitia, pelaksanaan pelatihan pada tanggal 08 Maret 2024, dan terbuka untuk umum.
3. Dari beberapa metode pelatihan, pada kegiatan ini yang diadopsi adalah metode presentasi, diskusi dan simulasi (Nugroho, 2019). Metode pertama yang dilakukan adalah presentasi materi dengan menyampaikan konsep-konsep, pemikiran dan perkembangan terkini melalui presentasi dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab dengan memberikan kesempatan kepada peserta untuk bertanya dan diskusi kelompok untuk memperdalam materi. ditutup dengan memberikan simulasi kasus kepada peserta yang dipandu oleh tim penyelenggara.
4. Memberikan bahan bacaan tambahan dan menyediakan kontak untuk pertanyaan lanjutan.
5. Rencana tindak lanjut untuk menyediakan forum diskusi dan potensi untuk dilakukan Kerjasama.

## Hasil dan Pembahasan

Pelatihan yang dilakukan adalah "Pelatihan Humas dan Sosial Media" yang sebenarnya lebih ditujukan bagi pemula. Tema yang diusung adalah "Tips Mengembangkan Potensi menjadi *Public Relations* dengan Memanfaatkan *Social Media* sebagai Landasan Berkarya di Era Digital". Tema ini dianggap menarik untuk diangkat pada pelatihan kali ini dengan alasan:

1. Media sosial telah menjadi bagian integral dari strategi komunikasi dan pemasaran banyak organisasi. Memahami cara memanfaatkan *platform* ini adalah keterampilan penting bagi profesional *public relations* di era digital.
2. Pelatihan ini akan memberikan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam pekerjaan sehari-hari. Peserta akan belajar teknik spesifik yang dapat membantu mereka meningkatkan visibilitas dan reputasi organisasi maupun membangun reputasi personal.
3. Menurut penelitian, banyak organisasi mencari profesional PR atau humas yang mahir dalam menggunakan media sosial untuk kampanye dan manajemen reputasi. Pelatihan ini akan meningkatkan daya saing peserta di pasar kerja nantinya.
4. Media sosial terus berkembang dengan fitur-fitur baru dan tren yang berubah cepat. Pelatihan ini dapat membantu peserta untuk tetap *up-to-date* dengan perkembangan terbaru dan cara menggunakannya secara efektif.
5. Pelatihan ini dapat mengajarkan strategi untuk meningkatkan keterlibatan audiens melalui konten yang menarik dan relevan. Ini penting untuk membangun komunitas yang kuat dan loyal di sekitar merek atau organisasi.
6. Peserta akan belajar bagaimana menjadi lebih fleksibel dan inovatif dalam pendekatan mereka, menggunakan media sosial untuk mencoba strategi baru dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan.
7. Pelatihan ini juga bisa menjadi kesempatan bagi peserta untuk membangun jaringan dengan sesama profesional, berbagi pengalaman, dan belajar dari satu sama lain.

Pelaksanaan kegiatan ini diselenggarakan oleh divisi PR dan Sosmed Himako yang ditujukan bagi peminat muda yang ingin memahami dan berkecimpung di dunia *public relations*. Namun kegiatan ini tetap dibuka untuk partisipasi peserta dari masyarakat umum. Promosi kegiatan menggunakan beragam *platform* digital. Berikut adalah e-flyer kegiatan yang disebarakan melalui beragam *platform*:



Gambar 1. Flyer yang disebarakan pada beragam platform

Melalui tema ini, pelatihan dapat menarik banyak peserta yang ingin meningkatkan keterampilan mereka dan mempersiapkan diri untuk menjadi profesional *public relations* di masa yang akan datang.

Materi pelatihan antara lain:

1. Memahami *public relations* era digital melalui manajemen reputasi *online* dan pengelolaan krisis komunikasi.
2. Mengembangkan keahlian berkomunikasi melalui penulisan yang efektif, *public speaking* dan keahlian interpersonal.
3. Membangun *strong online presence* melalui pemaksimalan profil pada media sosial dan menciptakan sebuah personal *brand* yang unik dan kuat sesuai bidang keahlian untuk mendapatkan peran pada jejaring komunitas yang relevan.
4. Menguasai beragam *platform* media social terutama media social yang populer dengan memahami karakteristik masing-masing *platform*, audiensnya dan strategi keterlibatan serta interaksinya.
5. Menciptakan konten yang *engaging* yakni menawarkan sesuatu yang baru, bermanfaat, menginspirasi dan juga menghibur melalui *storytelling*, *visual content* dan *multimedia formats*.
6. Memonitor dan menganalisa percakapan daring untuk memantau dan mengukur sentiment publik, tren, agar dapat menyusun strategi yang lebih baik terhadap target audiens.
7. Beradaptasi dengan tren dan teknologi baru lainnya seperti *artificial intelligence*, *virtual reality* dan mengenali pertumbuhan para *influencer marketing* serta mengembangkan rencana strategis untuk berkolaborasi agar mendapatkan jangkauan yang lebih luas bagi *visibility* dan *credibility*.
8. Membangun relasi dan *networking* dengan memperluas jangkauan kesempatan berkolaborasi dengan para profesional lainnya juga meningkatkan personal *brand* dengan membangun relasi dengan profesional lainnya yang terkait seperti para jurnalis dan *influencers*.

Penyelenggaraan kegiatan pelatihan secara mandiri dalam konteks ini bersifat tidak terikat dan non formal. Tentu juga membantu individu yang ingin meningkatkan pengetahuan, keterampilan, jejaring yang sulit diakses atau ditemui di kota kecil yang berupa pertemuan secara langsung. Maka pelatihan yang biasanya sering ditemui di kota besar, perlu juga diagendakan meski secara sederhana di kota-kota kecil lainnya untuk menambah pengalaman belajar dengan beragam latar belakang peserta.



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan

Dari pelatihan ini ditemukan bahwa, meski profesi *public relations* tidak begitu banyak ditemui di kota kecil, namun antusias peserta terhadap profesi ini menunjukkan optimisme bahwa di era globalisasi saat ini, belajar bisa dimana saja dan peluang kerja terbuka untuk siapa saja dan bagi individu dari manapun asalkan berbekal pengetahuan, wawasan dan kompetensi yang mumpuni.

### Kesimpulan

Dari kegiatan pelatihan ini, juga disimpulkan bahwa peserta mengalami peningkatan keterampilan dan pemahaman yang lebih baik terkait topik membangun potensi diri di era digital. Mereka menjadi lebih percaya diri dalam menerapkan pengetahuan serta teknik yang telah dipelajari. Selain itu, peserta lebih siap untuk mengelola sosial media mereka untuk kepentingan professional di masa yang akan datang. Melalui pelatihan ini pula, diharapkan para peserta menjadi terinspirasi dan mengalami perubahan positif dalam sikap dan motivasi, membuat peserta lebih antusias dan berkomitmen terhadap pencapaian profesi yang diidamkan kelak. Selama pelatihan, peserta juga membangun hubungan profesional baru yang dapat memberikan manfaat jangka panjang melalui kolaborasi dan pertukaran pengetahuan. Hasi dari pelatihan ini memberikan umpan balik yang berguna bagi tim penyelenggara untuk mengevaluasi efektivitas program pelatihan dan melakukan perbaikan di masa hadapan.

### Daftar Pustaka

- Arifin, A. (2020). Paradoks Free Online Culture: Tantangan Jurnalisme Di Era Digital. In *Etika dan Bisnis Dalam Jurnalisme* (pp. 214–215). Unsiyah Press.
- Edward L Bernays. (1980). *Public Relations* (eight). The University of Oklahoma Press. Meganck, Shana.
- Nugroho, Y. A. B. (2019). *Pelatihan dan Pengembangan SDM: Teori dan Aplikasi*. Penerbit Universitas Katolik Atmajaya.
- Permatasari, A. N., Soelistiyowati, E., Suastami, I. G. A. P. P., & Johan, R. A. (2021). Digital Public Relations: Trend and Required Skills. *Jurnal ASPIKOM*, 6(2), 373. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i2.836>
- Joshua Smith, Jeanine P.D. Guidry. 2020. *The skills required for entry-level public relations: An analysis of skills required in 1,000 PR job ads*. *Public Relations Review*. Volume 46, Issue 5, December 2020, 101973. <https://doi.org/10.1016/j.pubre.v.2020.101973>.