



## Workshop Community Relations dan Media Relations Pada Komunitas Club Mobil Brothers Benz Indonesia

Razie Razak<sup>\*)1</sup>, Amalia Djuwita<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Department Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

<sup>\*)</sup>Corresponding author, ✉ [razierazak@telkomuniversity.ac.id](mailto:razierazak@telkomuniversity.ac.id)

Diterima 09/03/2023;

Revisi 12/03/2023;

Publish 20/03/2023

**Kata kunci:** Hubungan masyarakat, hubungan media dan

### Abstrak

Hasil dengar pendapat (hearing) dengan mitra komunitas brotherzbenz Indonesia mengarah pada kebutuhan membangun relasi komunitas dengan pengampu kepentingan dan media relations untuk publikasi pada media massa. Terdapat keterbatasan para anggota pada skill keterampilan community relations dan media relations. Berdasarkan kebutuhan tersebut maka kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh program studi hubungan masyarakat Universitas Telkom memberikan workshop mengenai community relations yaitu dengan menjadi spoke person pada tayangan talk show televisi dan media relations dengan memproduksi talkshow televisi. Workshop ini dilakukan selama 2 hari yaitu persiapan dan pelaksanaan talkshow. Metode yang digunakan adalah coaching, diseminasi dan praktik. Materi yang diberikan adalah praktik community relations dan media relations melalui produksi siaran talkshow televisi. Hasil workshop yang diungkapkan secara kuantitatif dengan merujuk pada angket maka sebanyak 86 % peserta memahami proses community relations dan media relations dengan saluran komunikasi talkshow yang disiarkan di televisi.

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2022 by author(s)



### PENDAHULUAN

#### Analisis Situasi

Pada kesempatan kali ini, kami Tenaga Pengajar Program Studi S1 Hubungan Masyarakat dari Universitas Telkom Bandung ingin berbagi ilmu dan memberikan pelatihan kepada para anggota club mobil otomotif Indonesia yaitu Brothers Benz Indonesia (BBI), komunitas otomotif di Indonesia. Brothers Benz Indonesia (BBI) adalah komunitas otomotif mobil mercedezbenz yang bernaung pada ikatan motor Indonesia. Demi mewujudkan visi dan misi, BBI berupaya memperbaiki kegiatan-kegiatan tahunan dengan memperhatikan komunikasi strategis di mana hal tersebut perlu ditingkatkan. Selama ini kegiatan yang dilakukan adalah

touring, diskusi internal dan bakti sosial. Berdasar pencermatan ada sisi yang perlu ditambahkan yaitu praktik kehumasan. Setiap kegiatan selayak dilakukan perihal mengenai community relations dan media relations pada praktik kehumasan. Sehingga ada kebutuhan keterampilan tambahan yang perlu di upgrade oleh anggota komunitas brothers benz Indonesia. Komunitas adalah asset pada project sosial dan memiliki strategi pada community relations dan ketrampilan(Saenz, 2021).

Adapun keterampilan yang diberikan adalah community relations dan media relations pada praktik kehumasan, mulai dari konsep, teori, tips dan trik sampai ke tahapan mempraktekkan atau mensimulasikan materi yang telah diberikan sebelumnya. Pada kesempatan kali ini, kami akan memberikan pendampingan kepada para peserta untuk meningkatkan kemampuan praktek kehumasan melalui media relations dan community relations.

Topik yang kami tawarkan adalah keterampilan komunikasi strategis, bagaimana melakukan praktik kehumasan berupa media relations dan community relations untuk meningkatkan exposure kepada publik. Kami melihat penting bagi BBI untuk mengetahui bagaimana praktik kehumasan yaitu media relations dan community relations. Dengan adanya aktivitas media relations dan community relations maka akan meningkatkan exposure kepada publik. Dengan demikian, tentu dibutuhkan kemampuan dan kecakapan praktik kehumasan dengan konteks membangun, memelihara dan mempertahankan relasi kepada publik. Dengan tujuan untuk meningkatkan exposure dengan target awareness dan engagement yang tertuju kepada publik. Media relations dapat meningkatkan dampak positif antara relasi organisasi dengan media pada kualitas komunikasi(Lee & Desai, 2014). Untuk itu diperlukan komunikasi informal antara organisasi dengan jurnalis untuk membangun relasi informal (Shin & Cameron, 2003). Dengan adanya media relations menghasilkan kepercayaan publik dan mengidentifikasi potensi isu-isu yang bisa dikembangkan kepada public (Khodarahmi, 2009). Kami mencermati bahwa BBI belum memaksimalkan praktik kehumasan berupa media relations dan community relations.

Seperti yang dikemukakan sebelumnya bahwa permasalahan yang dihadapi oleh mitra sasar adalah minimnya keterampilan dalam praktik kehumasan dengan konteks membangun, memelihara dan mempertahankan relasi kepada publik. Praktik kehumasan yang dimaksud adalah media relations dan community relations.

### **Solusi dan Target**

Dengan mencermati situasi yang dialami oleh mitra yaitu brothers benz Indonesia maka solusi yang dilaksanakan adalah workshop community relations dan media relations dengan melakukan coaching, desiminasi dan praktik dengan project based learning. Adapun metode yang dilakukan dan materi yang disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Pengenalan dasar terkait community relations dalam berkomunikasi yang dikaitkan dalam konteks Public Relations.
  2. Diskusi lebih mendalam terkait pengalaman mereka dalam community relations, baik terkait kesulitan yang pernah dirasakan maupun manfaat yangdidapatkan
  3. Dengan mengetahui kesulitan para peserta tersebut, para pemateri akan lebih mudah menyesuaikan materi secara teoritis dan praktis untuk menuntaskan permasalahan yang dirasakan peserta.
  4. Praktek community relations dengan memproduksi talkshow untuk disiarkan di Televisi
-

5. Media Relations pada praktik kegiatan kehumasan
6. Memuat garis besar solusi permasalahan, rencana kegiatan pengabdian, waktu dan tempat pengabdian, prosedur kegiatan data dan target.
7. Memberikan praktek langsung untuk menjadi spoke person pada komunitas
8. Praktik media relations dengan mempublikasikan kegiatan pada media berita online
9. Praktik media relations dengan memproduksi acara di televisi

## **METODE PELAKSANAAN**

### **Tempat dan Waktu**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 7 – 8 Januari 2023 di Sweet Mocca, Jl. Halimun No.2 Malabar, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40262

### **Khalayak Sasaran**

Peserta dalam kegiatan pelatihan ini adalah sejumlah 14 peserta yang merupakan anggota aktif dari komunitas otomotif yang bernama Brothers Bens Indonesia yang ada di Kota Bandung.

### **Metode Pengabdian**

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah memberikan pelatihan melalui bimbingan atau coaching, asesmiasi dan praktik dengan menggunakan konsep community relations yaitu menjadi spoke person atau pembicara pada produksi talkshow yang tayang di Televisi. Kemudian konsep media relations yaitu dengan memproduksi televisive berupa talkshow dan publikasi media massa berita online. Adapun perinciannya sebagai berikut :

1. Persiapan yang terdiri dari pengurusan izin, menentukan jumlah peserta, menyepakati jadwal workshop, persiapan sarana dan prasarana produksi
2. Produksi Talkshow yang terdiri dari dua konsep kehumasan yang praktikkan
  - a. Community Relations dengan praktik menjadi spoke person pada siaran talkshow televisi
  - b. Media relations dengan praktik produksi acara siaran talkshow televisi
3. Evaluasi,  
Melakukan evaluasi dengan diskusi, verifikasi quality control produksi dan evaluasi event kegiatan

### **Indikator Keberhasilan**

Adapun indikator keberhasilan terdiri dari :

1. Penilaian dari kemampuan spoke person ketika menjadi narasumber televisive dengan dua penilaian yaitu komunikasi verbal dan non verbal.
2. Penilaian dari konten produksi siaran yang dipublikasikan di televisi dan release berita yang dipublikasi di media massa portal berita online nasional dan daerah

### **Metode Evaluasi**

Untuk mengetahui tingkat ketercapaian tujuan maka digunakan dua alat observasi yaitu

1. Analisis konten siaran talkshow televisive dan publikasi release
2. Lembar observasi dan lembar kuisioner

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan pada tanggal 7 Januari 2023 sampai dengan tanggal 8 Januari 2023 di Mocca Sweet, Bandung. Peserta dalam kegiatan

workshop ini adalah sejumlah 14 orang yang terdata sebagai anggota Brothers Benz Indonesia dibawah naungan Ikatan Motor Indonesia. Kegiatan ini terdiri dari beberapa tahap yaitu tahap awal, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi.

1. Tahap awal

Tahap awal dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan hearing dan diskusi dengan ketua umum brothers benz Indonesia yaitu Sani Afdhaluddin. Diskusi dilakukan cozy cube coffe di Bandung, pada tanggal 16 Agustus 2022. Pertemuan Diskusi kedua pada tanggal 20 Agustus di Hotel Borobudur Jakarta. Kemudian dilanjutkan pada meeting selanjut di secretariat brothers benz Indonesia di Bandung, pada tanggal 25 Desember 2022. Pada tahapan diskusi disepakati bersama untuk tema workshop yaitu community relations dan media relations. Kemudian praktik kegiatan akan dilakukan adalah taklshow untuk siaran di televisi



Gambar 1



Gambar 2



Gambar 3

Gambar 1,2,3. Tahap Persiapan Workshop yaitu diskusi dan hearing

2. Tahap pelaksanaan

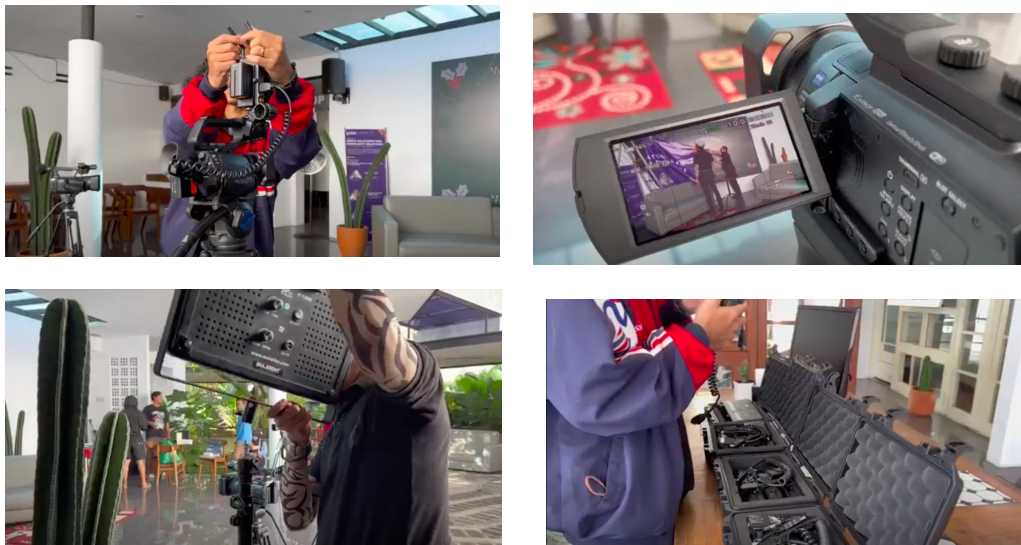
Pada tahap ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan coaching dan praktik kehumasan. Kegiatan dilaksanakan di sweet moccasacara onsite dengan peserta dating lokasi workshop. Kegiatan yang dilakukan adalah berupa coaching dengan praktik kehumasan yaitu community relations dan media relations. Untuk itu tempat di setting untuk menjadi studio outdoor televise dengan perangkat siaran televisi.

---



Gambar 4. Lokasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

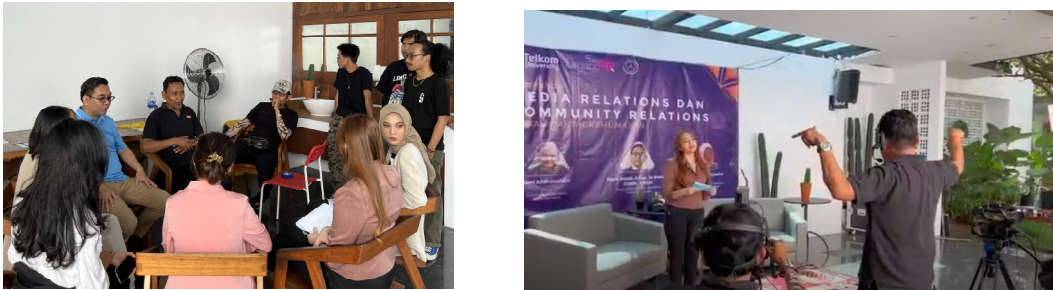
Perangkat produksi terdiri dari tiga buah kamera, switcher, recorder, lampu, mic dan audio mixer. Untuk praktik community relations maka ketua umum brothers benz Indonesia (BBI) Sani Afdhaluddin untuk menjadi spoke person mewakili komunitas BBI untuk menjadi narasumber talkshow televisi. Kemudian untuk media relations dilakukan praktik produksi siaran talkshow oleh anggota komunitas BBI, mahasiswa Universitas Telkom, dan crew ANTV.



Gambar 5. Persiapan Alat Produksi Siaran Talkshow

Persiapan produksi disiapkan pada dua hal yaitu persiapan teknis dan persiapan narasi konten. Untuk persiapan teknis perangkat alat siaran dipasangkan dan dipersiapkan satu persatu untuk dapat digunakan. Sedangkan untuk persiapan narasi konten berupa naskah siaran yang terdiri dari rundown, narasi segment, list pertanyaan dan cue card pembawa acara. Untuk persiapan narasumber dipersiapkan pelatihan komunikasi verbal dan non verbal.





Gambar 6. Persiapan Alat Produksi SiaranTalkshow

Alat Produksi diperiksa oleh crew supaya berjalan dengan baik dengan uji coba alat yang di operasionalkan oleh crew. Hal yang diperhatikan yaitu lampu yang mengarah kepada stage sudah menyala menghasilkan warna yang cerah. Kemudian pengecekan layar video pada kamera dan switcher dengan gambar yang akurat. Selanjutnya pengecekan sound audio wireless ke recorder serta alat komunikasi antar crew produksi yang terdiri dari produser, program director, floor director, switcher, CG dan Cameraman. Selain itu dilaksanakan brief kepada pembawa acara oleh produser, riset dan kreatif, program director kepada pembawa acara dan narasumber.



Gambar 7. Penyambutan kedatangan peserta

Menjelang persiapan dilakukan oleh panitia dan crew produksi di waktu yang sama mulai berdatangan peserta dari anggota brothers benz Indonesia. Peserta yang datang disambut langsung oleh Dr. Amalia Djuwita perwakilan dari Universitas Telkom beserta dengan mahasiswa. Peserta mengisi daftar isi dan diarahkan kelokasi kegiatan talkshow. Keramahan sambutan merupakan hal yang perlu dipertahatkan untuk membangun relasi dengan peserta kegiatan. Sambil menunggu acara di mulai dosen Universitas Telkom bersama mahasiswa bercengkrama dengan peserta mengenai kegiatan talkshow yang akan berlangsung.



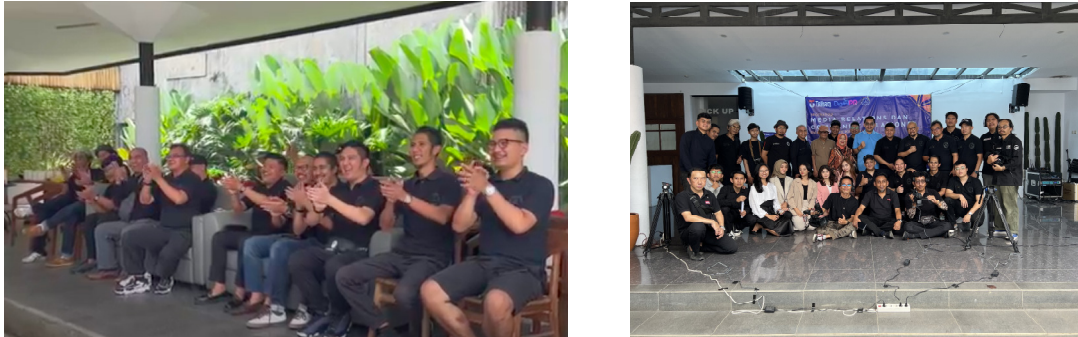
Gambar 8. Proses Produksi Siaran Talkshow

Ketika semua sumber daya manusia telah dianggap siap dan peralatan bisa dijalankan maka proses produksi siaran mulai di mulai. Untuk segment pertama yaitu narasumber terdiri dari Sani Afdhaluddin yang menjadi spoke person dari brother benz Indonesia dan Razie Razak sebagai perwakilan dari dosen Universitas Telkom dengan kepakaran Public Relations dan Community Relations. Kemudian pada segment kedua adalah Amalia Djuwita sebagai perwakilan dosen Universitas Telkom dengan kepakaran pada Media Relations.



Gambar 9. Crew Siaran Talkshow

Crew produk mencermati dan mengamati jalannya proses tapping talkshow. Beberapa kali mengarahkan dan memberikan instruksi kepada sumber daya yang terlibat. Program director memberikan arahan kepada floor editor, cameraman, audioman dan switcser. Koordinasian antar crew berjalan dengan dinamis berdasarkan situasi di stage yang sedang berlangsung produksi talkshow.



Gambar 10. Peserta antusias mengikuti talkshow dan foto bersama

Peserta dengan antusias mengikuti kegiatan talkshow dengan memberikan tepuk tangan. Peserta mendapatkan materi secara teori dengan pemaparan dari narasumber. Untuk praktik peserta melihat langsung pengalaman untuk membuat sebuah konsep menjadi terimplementasikan untuk kegiatan kehumasan. Dimana konsep *community relations* dan *media relation* dapat dibalut menjadi satu pada kegiatan teknikal yaitu talkshow televisi.

### 3. Evaluasi

Evaluasi program ini dapat dilihat dari hasil praktik yang akan dilakukan oleh para masyarakat sasaran yaitu dengan cara menerapkan keterampilan *community relations dan media relations* dalam konteks praktik kehumasan untuk para anggota komunitas Brothers Benz Indonesia. Dalam praktiknya para peserta menyimak berbagai materi dan konsep terkait *community relations and media relations*, yang kemudian para peserta dapat mencermati bagaimana praktik *community relations and media relations* melalui kegiatan event dan talkshow untuk disiarkan di Televisi ANTV Bandung. Salah satu anggota Brothers Benz Indonesia yang diwakili Ketua Umum mendapatkan kesempatan untuk menjadi pembicara di acara Talkshow. Hal ini merupakan asesmen untuk mengetahui sejauhmana ketrampilan komunikasi publik melalui dua hal yaitu *community relations* melalui event dan *media relations* melalui talkshow di televisi ANTV. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dapat dievaluasi melalui kuesioner *feedback* terkait instruktur pelatihan dan kegiatan secara umum. Kuesioner di atas telah disebarakan kepada peserta pelatihan (dipandu mahasiswa sebagai panitia) dan seluruh pihak terkait setelah pelatihan selesai dilaksanakan. Adapun Tinjauan Hasil yang dicapai adalah sebagai berikut:

1. Apakah program pengabdian masyarakat Universitas Telkom: Workshop *Community Relations and Media Relations* dan bantuan peralatan dan teknis sudah sesuai dengan kebutuhan peserta setempat dengan jawaban setuju sebanyak 65 % Setuju dan 35 % sangat setuju
2. Apakah Waktu pelaksanaan program pengabdian masyarakat Workshop *Community Relations and Media Relations* telah cukup memenuhi kebutuhan para anggota Brothers Benz Indonesia (sasaran) dengan jawaban 65 % Setuju dan 35 % sangat setuju
3. Apakah kebutuhan anggota komunitas Brothers Benz Indonesia (peserta) yang selama ini belum terpenuhi dapat dipenuhi dengan adanya program Abdimas Workshop *Community Relations and Media Relations* dengan jawaban 35 % Setuju dan 65 % sangat setuju



4. Apakah Dosen dan mahasiswa Universitas Telkom bersikap ramah, cepat dan tanggap dalam membantu para peserta kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat 57 % Setuju dan 42 % sangat setuju
5. Apakah para peserta setempat menerima dan mengharapkan program Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Telkom saat ini dan masa yang akan datang 43 % Setuju dan 57 % sangat setuju

Melalui workshop ini maka anggota komunitas brothers benz Indonesia (BBI) telah mendapatkan pengalaman menerapkan konsep community relations dan media relations untuk di implementasikan pada kegiatan komunitas. Diharapkan para peserta dapat mengimplementasikan pada setiap kegiatan yang diadakan sepanjang tahun.

## KESIMPULAN

Konsep public relations yang terdiri dari community relations dan media relations dapat diterapkan oleh komunitas otomotif yaitu Brothers Benz Indonesia. Penerapannya dapat dilakukan secara teknis dengan membuat talkshow televisi. Sehingga hal tersebut dapat diterapkan dengan mudah yaitu dengan simulasi spoke person dan produksi konten untuk di publikasikan. Para peserta dapat menerapkannya pada event kegiatan komunitas selanjutnya. Peserta berharap kegiatan talkshow dapat dilaksanakan secara rutin agar ada interaksi antara komunitas dan pengampu kepentingan yang terkait seperti pemerintah, Lembaga Pendidikan dan perusahaan.

Pengabdian masyarakat menjadi hal yang bermanfaat untuk masyarakat maka sebaiknya di dukung lebih besar oleh pengampu kepentingan. Untuk bersinergi meningkatkan kualitas masyarakat Indonesia. Disarankan kedepannya dilakukan metode yang serupa ataupun ditambahkan dengan metode yang relevan sesuai dengan zamannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Khodarahmi, E. (2009). Media relations. *Disaster Prevention and Management: An International Journal*, 18(5), 535–540. <https://doi.org/10.1108/09653560911003732>
- Lee, S. T., & Desai, M. H. (2014). Dialogic communication and media relations in non-governmental organizations. *Journal of Communication Management*, 18(1), 80–100. <https://doi.org/10.1108/JCOM-07-2012-0059>
- Saenz, C. (2021). Community partnership and ownership as key factors of community strategies. A Peruvian case study. *Resources Policy*, 74(August), 102320. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2021.102320>
- Shin, J. H., & Cameron, G. T. (2003). Informal relations: A look at personal influence in media relations. *Journal of Communication Management*, 7(3), 239–253. <https://doi.org/10.1108/13632540310807395>