

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**PROSES PEMBUATAN ARTIKEL DI FACEBOOK @kominfodiy**

**OLEH DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA YOGYAKARTA**

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini disusun untuk memenuhi Gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi (A.Md.I.Kom) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Hubungan Masyarakat



Disusun Oleh:

**Erika Candra Primawati**

**22015612**

**PROGRAM STUDI D3 HUBUNGAN MASYARAKAT  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA**

**2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PROSES PEMBUATAN ARTIKEL DI FACEBOOK @kominfodiy OLEH  
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DIY**

Tugas Akhir berupa Laporan Praktik Kerja Lapangan ini diajukan guna melengkapi dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.I.Kom) dalam bidang komunikasi dengan spesialisasi Hubungan Masyarakat

Disusun Oleh:

**Erika Candra Primawati**  
22015612

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing



**Firdha Irmawanti, M.A.**  
NIDN 0531038803

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA**

**2025**

**HALAMAN PENGESAHAN**

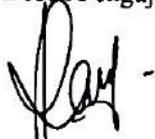
**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PROSES PEMBUATAN ARTIKEL DI FACEBOOK @kominfodiy OLEH  
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DIY**

Diterima dan disahkan sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah dipresentasikan di depan Tim Penguji Program Studi DIII Hubungan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta sebagai persyaratan memperoleh Gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi (A.Md.I.Kom) pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 5 Agustus 2025  
Jam : 10.00 WIB  
Tempat : Ruang B1.3 STIKOM Yogyakarta

Mengetahui,

Dosen Penguji I



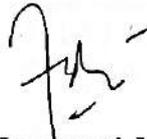
Ni Luh Ratih Maha Rani, M.A  
NIDN. 0322048703

Dosen Penguji II



Raden Sumantri Raharjo, M.Si  
NIDN.0502087502

Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji III



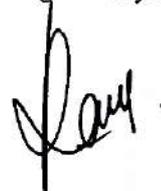
Firdha Irmawanti, M.A.  
NIDN 0531038803

Mengesahkan,  
Ketua STIKOM Yogyakarta



Hardoyo, M.A  
NIDN. 0516047201

Mengetahui,  
Ketua Program Studi DIII  
Hubungan Masyarakat



Ni Luh Ratih Maha Rani, M.A  
NIDN. 0322048703

## PERNYATAAN AKADEMIK

Nama : Erika Candra Primawati

NIM : 22015612

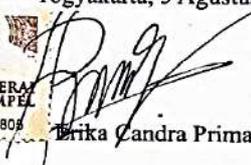
Judul Laporan : "Proses Pembutan Artikel Di Facebook @kominfodiy Oleh Dinas Komunikasi dan Informatika DIY"

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis yang saya buat ini bersifat orisinal, murni karya saya, merupakan deskripsi atas Latihan kerja professional selama saya menempuh Praktik Kerja Lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika dengan bimbingan dosen pembimbing.
2. Karya ini bukan plagiasi (*copy paste*) karya orang lain, kecuali yang saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat dan kemudian saya cantumkan sumbernya secara resmi dalam daftar pustaka laporan sebagai rujukan ilmiah.
3. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan plagiasi dan pelanggaran etika akademis yang secara sah dan dapat dibuktikan dengan dokumen-dokumen yang terpercaya keasliannya oleh pimpinan STIKOM, maka bersedia dicabut gelar atau hak saya sebagai Ahli Madya Komunikasi, yang secara luas dipublikasikan oleh STIKOM.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya,

Yogyakarta, 5 Agustus 2025

  
  
Erika Candra Primawati

## **MOTTO**

Allah membawamu sejauh ini bukan untuk gagal

“ Jangan dulu lelah, yakin semua indah. Pejamkanlah mata, pada-Nya kita berserah”

**Nanti Kita Seperti Ini – Batas Senja**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah ini. Terimakasih atas segala kemudahan dan kelancaran yang diberikan-Nya sehingga Karya Tulis Ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik. Dengan rasa terimakasih yang tulus, dengan bangga dan bahagia penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas izin-Nya Karya Tulis Ilmiah ini dapat terselesaikan dengan baik. Rasa Syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT atas segala pertolongan-Nya, yang memberikan kekuatan, ilmu, dan pemahaman selama menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah ini dan menempuh studi Pendidikan DIII di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
2. Bapak Sukadi Pramono dan Ibu Rustinah tercinta. Terimakasih penulis ucapkan atas segala limpahan kasih sayang dan pengorbanan yang diberikan. Melalui doa serta restu dari bapak dan ibu hingga bisa membawa penulis sampai ditahap ini. Terimakasih atas segala dukungan moral, motivasi, maupun finansial, terimakasih atas segala usaha yang selama ini dilakukan. Penulis berharap melalui Karya Tulis Ilmiah ini bisa menjadi awal yang membanggakan bagi keluarga terutama bapak dan ibu dimasa depan.
3. Kakak- kakak tersayang, Trisna Ningsih Rusadi Mayasari dan Setya Febriani Rusdianita yang senantiasa memberikan semangat, kasih sayang dan bantuan materil untuk penulis akhirnya bisa sampai disini.
4. Seluruh civitas akademika STIKOM Yogyakarta yang sudah memberikan ilmu selama menempuh Pendidikan DIII Hubungan Masyarakat.
5. Dosen pembimbing penulis, Firdha Irmawanti, M.A. Terimakasih atas segala ilmu, motivasi, waktu dan kesabaran yang Miss Firdha berikan selama penulisan Karya Tulis Ilmiah ini. Terimakasih sudah mempermudah disetiap proses menulis dan selalu memahami kesulitan yang penulis hadapi. Semoga Allah selalu melimpahkan rezeki, kebahagiaan, dan kesehatan untuk Miss Firdha dan keluarga.

6. Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika DIY beserta staff IKP yang telah memberikan kesempatan saya dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama 3 bulan dan memberikan pengalaman yang berharga.
7. Rekan Rekan seperjuangan Humas Angkatan 2022 yang sudah bersama selama 3 tahun terakhir. Semoga kelak kita masih bisa saling bersilaturahmi dan ilmu yang didapat bermanfaat untuk karir dimasa depan.
8. Terakhir penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada diri sendiri. Kepada satu sosok yang kurang percaya diri, banyak memiliki *overthinking*, dan selalu kurang dalam mengapresiasi segala hal hal kecil. Terimakasih sudah mau berusaha sampai ditahap ini, terimakasih sudah mau berjuang sampai tahap ini walaupun selalu banyak keraguan dalam setiap langkahmu. Terimakasih untuk terus berjalan walaupun langkahmu tak secepat orang lain. Dimasa depan mari lebih bekerja sama untuk lebih berani sampai mencapai segala *wishlist* dimasa muda.

## KATA PENGANTAR

Segala rasa puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, petunjuk serta pertolongan sehingga Karya Tulis Ilmiah dengan judul **“Proses Pembuatan Artikel Di Facebook @kominfodiy Oleh Dinas Komunikasi dan Informatika DIY”** dapat terselesaikan dengan baik. Serta tak lupa sholawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Banyak tantangan yang penulis lalui saat menyelesaikan karya tulis ini. Penulis menyadari bahwa Karya Tulis Ilmiah ini tidak akan selesai tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan motivasi, kasih sayang, serta bantuan materil.
2. Bapak Hardoyo, M.A, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta
3. Ibu Ni Luh Ratih Maha Rani, M.A selaku Kepala Program Studi Public Relations STIKOM Yogyakarta
4. Ibu Firdha Irmawanti, M.A selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan dalam penyusunan Karya Tulis Ilmiah ini.
5. Seluruh dosen, dan staff STIKOM yang telah memberikan ilmu serta membantu kelancaran dalam menyusun Karya Tulis Ilmiah ini.
6. Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Dinas Kominfo DIY beserta staff IKP yang sudah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.
7. Rekan Seperjuangan Humas Angkatan 2022.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Karya Tulis Ilmiah ini masih jauh dari sempurna. Penulis mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang bisa menyempurnakan karya tulis ini serta semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat dan menjadi salah satu referensi untuk penulisan kedepannya, terutama dalam bidang studi Hubungan Masyarakat.

Penulis juga berharap karya tulis ilmiah ini bisa memberikan gambaran jelas mengenai proses pembuatan artikel di instansi pemerintah salah satunya Dinas Kominfo DIY, sehingga dapat memahami bahwa pentingnya peran artikel dalam membangun citra serta persepsi publik terhadap informasi yang disebarakan.

Yogyakarta, 5 Agustus 2025

Erika Candra Primawati

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL.....  | i    |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                                    | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                     | iii  |
| PERNYATAAN AKADEMIK .....                                   | iv   |
| MOTTO.....  | iv   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                                   | vi   |
| KATA PENGANTAR.....   | viii |
| DAFTAR ISI .....  | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....   | xii  |
| DAFTAR TABEL.....   | xiii |
| ABSTRAK .....   | xiv  |
| BAB 1 PENDAHULUAN .....                                     | 1    |
| A. Latar Belakang .....                                     | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....                                    | 3    |
| C. Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL) .....                | 3    |
| D. Manfaat Praktik Kerja Lapangan (PKL) .....               | 4    |
| E. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan..... | 5    |
| F. Metode Pengumpulan Data .....                            | 5    |
| BAB II KERANGKA KONSEP .....                                | 9    |
| A. Penegasan Judul .....                                    | 9    |
| B. Landasan Teori .....                                     | 10   |
| 1. Public Relations .....                                   | 10   |
| 2. Humas Pemerintah .....                                   | 15   |
| 3. Artikel .....  | 18   |
| 4. Media Sosial.....  | 23   |
| BAB III GAMBARAN UMUM DINAS KOMINFO DIY .....               | 26   |
| A. Profil Instansi .....                                    | 26   |
| B. Lambang Dinas Kominfo DIY.....                           | 26   |
| C. Sejarah Dinas Kominfo DIY .....                          | 27   |
| D. Visi dan Misi .....                                      | 28   |
| E. Struktur Dinas Kominfo DIY .....                         | 29   |

|  |    |
|--|----|
| F. Fungsi dan Tugas Dinas Kominfo DIY .....                    | 33 |
| G. Komunikasi Publik Dinas Kominfo DIY .....                   | 34 |
| BAB IV PEMBAHASAN.....   | 39 |
| A. Laporan Kegiatan Harian .....                               | 39 |
| B. Aktivitas Praktik Kerja Lapangan (PKL).....                 | 52 |
| C. Pembahasan Proses Pembuatan Artikel Dinas Kominfo DIY ..... | 60 |
| D. Analisis Proses Pembuatan Artikel Dinas Kominfo DIY .....   | 76 |
| BAB V PENUTUP.....   | 79 |
| A. Kesimpulan .....  | 79 |
| B. Saran .....   | 80 |
| DAFTAR PUSTAKA.....  | 81 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1 Struktur Piramida Terbalik .....                    | 22 |
| Gambar 3.1 Logo Pemda DIY .....                                | 26 |
| Gambar 3.2 Struktur Organisasi Dinas Kominfo DIY .....         | 29 |
| Gambar 3.3 Akun Facebook Dinas Kominfo DIY .....               | 37 |
| Gambar 3.4 Akun Instagram Dinas Kominfo DIY .....              | 37 |
| Gambar 3.5 Akun X Dinas Kominfo DIY .....                      | 38 |
| Gambar 4.1 Desain Infografis Operasi Keselamatan Progo .....   | 53 |
| Gambar 4.2 Desain Hoaks .....                                  | 53 |
| Gambar 4.3 Pengingat Jadwal Konten .....                       | 54 |
| Gambar 4.4 Konfirmasi siap diunggah .....                      | 56 |
| Gambar 4.5 Penulis menjadi Operator .....                      | 59 |
| Gambar 4. 6 Proses Pembuatan Artikel .....                     | 61 |
| Gambar 4. 7 Alur masuk surat permohonan liputan .....          | 62 |
| Gambar 4. 8 Web internal (Own).....                            | 64 |
| Gambar 4. 9 Pembagaian jadwal.....                             | 64 |
| Gambar 4. 10 Alur pembuatan artikel .....                      | 65 |
| Gambar 4. 11 Alur pengunggahan artikel .....                   | 69 |
| Gambar 4. 12 Hasil Insight melalui Meta Bussines.....          | 75 |
| Gambar 4. 13 Salah satu artikel yang diunggah di facebook..... | 76 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.1 Laporan Kegiatan Harian PKL.....               | 52 |
| Tabel 4.2 Daftar Artikel yang diunggah di Facebook ..... | 58 |

## ABSTRAK

Laporan ini memaparkan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang telah dilaksanakan penulis selama tiga bulan, terhitung sejak 3 Februari hingga 30 April 2025, di Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuan penulisan laporan ini adalah untuk memahami bagaimana proses pembuatan artikel yang diunggah melalui akun resmi Dinas Kominfo DIY yaitu *Facebook @kominfodiy*. Penulis menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data, yaitu observasi partisipatif, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur.

Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Kominfo DIY yang bertanggungjawab dalam proses produksi artikel ini melakukan tiga tahapan utama dalam menyusun artikel yaitu: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi, dilakukan penerimaan agenda liputan dan pembagian tugas oleh para Staff Pelaksana Teknis. Selanjutnya, tahap produksi mencakup peliputan dan penulisan naskah artikel. Adapun tahap pasca-produksi melibatkan proses penyuntingan naskah serta pengunggahan artikel ke media sosial *Facebook*.

Dalam pembuatan artikel menggunakan gaya penulisan piramida terbalik, dengan memperhatikan unsur-unsur 5W + 1H. Naskah juga dilengkapi dengan gambar pendukung sebelum akhirnya dipublikasikan. Ada beberapa poin evaluasi seperti keterbatasan alat dan personel yang perlu diperhatikan.

Kata Kunci: Artikel, Dinas Komunikasi dan Informatika DIY, *Facebook*

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi di era digital ini tentu membawa perubahan yang krusial bagi masyarakat dalam mengakses informasi. Salah satu tanda kemajuan teknologi ini ditandai dengan adanya platform digital seperti media sosial yang mampu menyebarkan segala informasi dengan cepat. Di era modern ini, media sosial kerap digunakan untuk menyebarkan berita palsu atau *hoaks*, karena informasi yang sifatnya *real time* juga mudah diakses menjadikan sebagian besar masyarakat masih menggunakan media sosial sebagai sumber utama informasi. Kondisi ini mencerminkan begitu besar peran teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari, khususnya untuk mengakses informasi.

Perkembangan arus teknologi yang begitu pesat saat ini, membuat tuntutan masyarakat terhadap transparansi dan keterbukaan informasi publik semakin meningkat. Masyarakat kini turut aktif dalam menuntut informasi yang akurat dan relevan terutama hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintahan. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang bermakna bahwa masyarakat berhak mendapat informasi publik secara transparan sesuai dengan aturan yang ditetapkan.

Regulasi ini menjadi pendorong pemerintahan untuk terbuka dan transparan akan segala informasi kepada publik. Dalam hal ini komunikasi publik merupakan hal yang penting sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat. Penyampaian informasi dengan baik bisa menjadi fondasi dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah serta dapat membangun citra positif pemerintah kepada masyarakat. Dengan demikian keseimbangan antara transparansi informasi dan strategi

komunikasi menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap pesan yang disampaikan.

Terbangunnya komunikasi dua arah yang melibatkan publik, serta pemilihan media dan karakteristik publik sangat berpengaruh pada pesan-pesan yang disampaikan sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman. Komunikasi publik yang terkelola dengan baik dapat memperkuat kepercayaan publik kepada pemerintah. Kepercayaan yang semakin meningkat tentu akan menciptakan hubungan yang lebih positif di masa depan.

Hal ini selaras dengan konsep humas menurut Jefkins (1992:9) dalam (Musi et al., 2022) yaitu kegiatan humas bertujuan untuk mengelola komunikasi dua arah antara suatu lembaga dengan masyarakat, dengan harapan dapat membangun saling pengertian, dan dukungan dalam mencapai tujuan, kebijakan, dan kegiatan produksi tertentu. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan kontribusi bagi pengembangan suatu lembaga atau citra positif perusahaan atau lembaga yang.

Sedangkan Menurut Edward L. Bernay, dalam (Lani & Handayani, 2021) menyebutkan 3 fungsi utama humas yaitu a) Memberikan penerangan kepada masyarakat, b) Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung, dan c) Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/ lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Sebagaimana yang sudah disebutkan oleh Edward bahwa salah satu fungsi humas untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan Lembaga dengan sikap dan perbuatan masyarakat. Dalam hal ini, Dinas Kominfo DIY memerlukan media untuk menyampaikan informasi mengenai kebijakan, dan program pemerintah kepada publik salah satunya melalui penerbitan artikel. Dalam pelaksanaannya, artikel memuat informasi mengenai kegiatan pimpinan yaitu Gubernur, Wakil Gubernur, Sekretaris Daerah, Ketua Dinas Kominfo DIY, kegiatan di Daerah Istimewa Yogyakarta, serta program-program yang diselenggarakan oleh Dinas Kominfo DIY. Dimana

artikel tersebut diunggah di website dan media sosial salah satunya *Facebook* Dinas Kominfo DIY.

Penggunaan artikel menjadi salah satu sarana dalam menyampaikan informasi yang resmi, akurat dan terpercaya, maka dari itu penulisan artikel harus mempertimbangkan aspek penting seperti pemilihan bahasa yang tepat, penulisan yang menarik, penggunaan visual yang menarik serta relevan dengan informasi yang disampaikan. Hal ini penting karena artikel berperan besar dalam penyebaran informasi sekaligus membentuk opini publik yang positif. Pembuatan artikel ini meliputi kegiatan liputan sebagai bahan pengambilan pemberitaan dan dokumentasi untuk penulisan artikel. Pengelolaan ini berada di bawah tanggungjawab Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) bersama Staff Pelaksana Teknis.

Terkait dengan hal tersebut, laporan ini berisi mengenai proses pembuatan artikel di Facebook oleh Dinas Komunikasi dan Informatika DIY. Penulis akan membahas tentang proses pembuatan artikel yang dimulai dari penulisan hingga publikasi melalui *Facebook* Kominfo DIY. Melalui setiap langkah dalam pembuatan artikel, penulis akan menguraikan bagaimana informasi diolah dan disebarluaskan melalui media sosial.

## **B. Rumusan Masalah**

Sehubung dengan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penulisan laporan tugas akhir ini adalah **“Bagaimana Proses Pembuatan Artikel di Facebook oleh Dinas Komunikasi dan Informatika DIY?”**

## **C. Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL)**

1. Memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Studi DIII Jurusan Public Relations di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta

2. PKL dapat membantu mahasiswa dalam mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan di jenjang perkuliahan
3. Meningkatkan keterampilan, menggali dan mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran diluar kampus dan berinteraksi langsung dengan dunia kerja untuk menambah pengalaman mahasiswa
4. Mempersiapkan mahasiswa untuk menjadi tenaga yang siap di dunia kerja
5. Mengetahui gambaran secara nyata tentang penerapan dari ilmu teori maupun praktikum yang diperoleh dari perkuliahan yang kemudian terdapat di dunia kerja.
6. Mengetahui secara langsung peran humas dalam melakukan publikasi artikel secara teknis di Dinas Kominfo DIY
7. Mengetahui pentingnya publikasi artikel di Dinas Kominfo DIY

#### **D. Manfaat Praktik Kerja Lapangan (PKL)**

1. Manfaat Praktis
  - a. Memahami alur produksi artikel di lingkungan Dinas Kominfo DIY.
  - b. Meningkatkan kemampuan penulis dalam penulisan produksi artikel di *Facebook* Dinas Kominfo DIY.
  - c. Memberikan pengalaman baru terkait kegiatan kerja pemerintah khususnya dalam aspek publikasi informasi.
2. Manfaat Akademis
  - a. Memberikan wawasan baru bagi penulis mengenai proses produksi artikel di lingkungan pemerintah.
  - b. Membuat karya tulisan baru yang dapat memberikan ilmu baru mengenai produksi artikel di *Facebook* dengan memanfaatkan media digital.

- c. Dapat menjadi sumber referensi bagi penulis selanjutnya dalam membuat karya tulis dengan bidang dan metode yang sama.

#### **E. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan**

|                        |   |
|------------------------|---|
| Nama Instansi          | : Dinas Komunikasi dan Informatika DIY  |
| Alamat Instansi        | : Jl. Brigjen Katamso Komplek THR,<br>Keparakan, Mergangsan, Kota Yogyakarta,<br>Daerah Istimewa, Yogyakarta, 55152 |
| Telepon                | : (027) 374496  |
| Email                  | : <a href="mailto:diskominfo@jogjaprov.go.id">diskominfo@jogjaprov.go.id</a>  |
| Website                | : <a href="http://diskominfo.jogjaprov.go.id">diskominfo.jogjaprov.go.id</a>  |
| Instagram              | : @kominfodiy   |
| Facebook               | : Koinfo DIY  |
| X                      | : @kominfodiy   |
| Youtube                | : Koinfo DIY  |
| Tempat Pelaksanaan PKL | : Dinas Komunikasi dan Informatika DIY  |
| Waktu Pelaksanaan PKL  |   |
| Tanggal                | : 3 Februari 2025 - 30 April 2025   |
| Jam Kerja              | : Senin - Kamis (07.30 - 16.00)<br>Jumat (07.30 – 14.30)  |

#### **F. Metode Pengumpulan Data**

Pada penulisan ini, metode pengumpulan data menggunakan fakta fakta yang ditemukan langsung di lapangan. Objek penelitian ini fokus pada teknis produksi artikel untuk publikasi pada Facebook Koinfo DIY. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi (observasi partisipatif, wawancara, dokumentasi dan studi literatur. Berikut metode yang digunakan penulis dalam laporan Praktik Kerja Lapangan di Dinas Koinfo DIY.

a. Observasi

Menurut Guba dan Lincoln (1981) dalam (Hamdan, 2022) observasi pada dasarnya adalah aktivitas pengumpulan informasi dengan memanfaatkan indera seperti penciuman, penglihatan, dan pendengaran guna mendapatkan data yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Dari beberapa pengertian diatas Observasi adalah teknik pengumpulan data di mana individu atau kelompok secara sistematis diamati untuk mencatat dan menganalisis perilaku atau peristiwa yang diamati. Hasil dari observasi ini dapat berupa data deskriptif dalam bentuk catatan, gambar, atau dokumen pendukung lainnya.

Dalam karya tulis ini penulis menggunakan metode Observasi Partisipatif. Ada tiga cara untuk melakukan observasi yaitu partisipatif, tidak terstruktur, dan kelompokan. Observasi partisipatif merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui proses pengamatan dan penggunaan indera, di mana peneliti secara langsung terlibat dalam aktivitas sehari-hari subjek penelitian Menurut Guba dan Lincoln 1981 dalam (Hamdan, 2022). Penulis melakukan praktik kerja lapangan di Dinas Kominfo DIY selama 3 bulan dimulai pada 3 Februari 2025 sampai 30 April 2025.

b. Wawancara

Menurut Esterberg (2002) dalam (Hamdan, 2022), wawancara adalah bentuk interaksi antara dua individu yang bertujuan untuk bertukar informasi dan ide melalui sesi tanya jawab mengenai suatu topik tertentu. Melalui proses ini, kedua belah pihak dapat membangun pemahaman yang sama tentang topik tersebut. Ada tiga jenis wawancara yang sering digunakan, yaitu wawancara terstruktur, semi-terstruktur, dan tidak terstruktur.

Estenberg juga menyebutkan bahwa wawancara terstruktur biasanya diterapkan ketika peneliti sudah memiliki pemahaman yang jelas tentang informasi yang ingin diperoleh. Dalam jenis wawancara ini, perlu menyiapkan daftar pertanyaan yang akan digunakan sebagai panduan, dan pertanyaan tersebut diajukan kepada responden. Selama wawancara, pewawancara mencatat jawaban yang diberikan oleh responden serta alat bantu yang digunakan seperti perekam suara, foto, brosur, atau materi lainnya untuk mendukung kelancaran wawancara.

Penulis menggunakan jenis wawancara terstruktur selama praktik kerja lapangan hingga proses penyusunan laporan ini. Wawancara ini dilakukan dengan narasumber Ibu Pastika Setyorini, S.I.P. selaku staff Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) di Dinas Kominfo Diy dan Bapak Nurcahyo Wahyutomo selaku staff Pengolah data dan Informasi Dinas Kominfo DIY.

Wawancara ini membahas mengenai proses pra produksi liputan hingga publikasi artikel di *Facebook* Dinas Kominfo DIY. Melalui wawancara ini diperoleh wawasan mengenai proses produksi artikel dari pra produksi hingga pasca produksi di *Facebook* Dinas Kominfo DIY.

c. Dokumentasi

Metode lain untuk memperoleh data, selain wawancara dan observasi, adalah melalui bentuk dokumentasi seperti catatan harian, surat-surat, foto arsip, laporan rapat, dan catatan kegiatan lainnya. Tentunya dokumentasi ini sangat penting karena dapat memberikan bukti empiris yang memperkuat hasil penelitian.

Sebagai bentuk validitas informasi, penulis menggunakan metode dokumentasi sebagai bagian dari proses pengumpulan data dalam laporan ini. Dalam laporan ini penulis melakukan dokumentasi berupa foto kegiatan liputan, foto saat bertugas, hasil

pembuatan karya artikel, serta merekam kegiatan peliputan saat di lapangan.

d. Studi Literatur

Studi literatur adalah proses mengumpulkan, menganalisis, dan menilai berbagai referensi yang berkaitan dengan subjek penelitian. Referensi ini dapat berupa buku, artikel ilmiah, dan hasil penelitian sebelumnya.

Tujuan dari studi literatur ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kemajuan terbaru dalam bidang yang dikaji, memperjelas fokus dan rumusan masalah sehingga laporan lebih terarah dan membangun fondasi teori yang akan mendukung penelitian yang akan dilakukan.

## **BAB II**

### **KERANGKA KONSEP**

#### **A. Penegasan Judul**

Laporan tugas akhir ini ditulis berdasarkan pengalaman penulis langsung selama melakukan praktik kerja lapangan, yang memfokuskan pada Proses Pembuatan Artikel di *Facebook* oleh Dinas Komunikasi dan Informatika DIY. Dalam laporan ini, penulis akan membahas setiap langkah dalam proses pembuatan artikel secara detail. Setelah selesai, artikel tersebut kemudian dipublikasikan di akun *Facebook* resmi Dinas Kominfo DIY.

Menurut (Sopian, 2016) artikel bukan hanya tulisan yang bersifat fiksi tetapi juga harus mengacu pada kenyataan yang terjadi. Sejalan dengan pemahaman tersebut, ini membuktikan bahwa Humas Pemerintah memiliki peran strategis sebagai penghubung antara lembaga dan publik. Melalui artikel Dinas Kominfo DIY membangun transparansi informasi serta citra positif yang selalu memastikan segala informasi, kebijakan, dan program pemerintah diketahui oleh masyarakat luas. Citra positif yang terbentuk tentu akan mempengaruhi opini publik terhadap Dinas Kominfo DIY.

Di era digital yang terus berkembang pesat, informasi mengalir dari berbagai sumber tanpa batasan. Hal ini juga dirasakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo) DIY dalam menjalankan tugasnya di bidang komunikasi publik. Salah satu cara yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat adalah melalui artikel.

Dengan artikel Dinas Komunikasi dan Informatika DIY berupaya menyajikan informasi yang akurat, terkini, dan secepat mungkin. Penulisannya harus netral, tidak memihak, dan tidak merugikan pihak manapun. Informasi yang disajikan selalu merujuk pada sumber yang dapat dipercaya atau berdasarkan kejadian yang dilaporkan langsung dari lapangan.

Proses produksi artikel yang diunggah di Facebook Kominfo DIY terdiri dari tiga tahap, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Proses ini diawali dengan pendistribusian jadwal liputan oleh Staff Pelaksana Teknis, dilanjutkan dengan kegiatan liputan di lapangan, penulisan artikel dan terakhir pengunggahan ke platform *Facebook*.

Artikel yang dipublikasikan bertujuan untuk memberikan informasi terperinci mengenai pesan utama atau rangkaian kegiatan suatu program atau acara penting, disertai dengan dokumentasi yang relevan. Dalam penulisannya, artikel diharapkan dapat menyajikan informasi yang faktual, akurat, dan memberikan gambaran yang jelas kepada masyarakat. Oleh karena itu, proses pembuatan artikel sangat penting, tidak hanya sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga berperan dalam membentuk persepsi publik terhadap kebijakan dan kegiatan pemerintah daerah.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Public Relations**

#### **a. Pengertian Public Relations**

Menurut Cutlip, Center, dan Broom dalam (Kriyantono, 2008a) *Public Relations Writing*, hubungan masyarakat (humas) merupakan bagian penting dari manajemen yang berfungsi untuk membangun dan memelihara hubungan yang positif dan saling menguntungkan antara suatu organisasi dengan publiknya. Hubungan tersebut sangat memengaruhi keberhasilan atau kegagalan organisasi tersebut.

Dalam praktiknya, humas identik kaitannya dengan proses komunikasi. Akan tetapi, komunikasi yang dimaksud tidak hanya bersifat satu arah, melainkan dua arah, yaitu memberi dan menerima informasi. Komunikasi ini dinilai lebih efektif karena dapat membantu organisasi mencapai tujuannya sekaligus menjaga hubungan baik dengan publiknya.

Secara umum, humas juga dapat dipahami sebagai serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh berbagai pihak, seperti perusahaan, biro iklan, instansi pemerintah, dan organisasi lainnya, untuk membangun dan memelihara hubungan yang sehat dan saling menguntungkan dengan publiknya. Nurjaman, dkk. (2012) dalam (Sujanto, 2019) menjelaskan bahwa tujuan dari kegiatan ini adalah agar organisasi dapat beradaptasi dengan lingkungannya dan memperkenalkan dirinya kepada publik.

Dengan demikian, humas bukan hanya sekadar penyebaran informasi, tetapi juga merupakan strategi penting dalam manajemen. Fungsi ini membantu menciptakan komunikasi dua arah yang baik antara organisasi dan publik, yang pada akhirnya dapat memperkuat citra, membangun kepercayaan, dan mendukung keberlanjutan dan keberhasilan organisasi dalam jangka panjang.

#### b. Peran Public Relations

Penguasaan peran public relations turut menjadi bagian penting yang harus dipahami. Hal ini menunjang PR dalam menjalankan fungsi dan tugas PR secara efektif. Menurut Dozier & Broom (Ruslan, 2016) ada 4 peran yang harus diperhatikan oleh seorang praktisi PR yaitu:

##### 1) Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*)

Peran ini biasanya diemban oleh praktisi PR yang memiliki keahlian khusus di bidang komunikasi dan jurnalisme. Tugas mereka melibatkan hal-hal teknis, seperti menulis dan mengedit *news letter*, membuat *press release* dan *feature* mengelola konten untuk situs web, dan berhubungan dengan media.

Praktisi PR dalam peran ini biasanya berfokus pada pelaksanaan program komunikasi dan tugas-tugas teknis, seperti menyampaikan informasi kepada karyawan atau wartawan. Oleh karena itu, peran ini juga disebut *Communication technician* yang menjadikan PR sebagai *journalist in resident*. Cara kerja PR dalam posisi ini dapat bervariasi, tergantung pada struktur dan kebutuhan masing-masing organisasi.

2) Penasihat Ahli (*Expert Prescriber*)

Pada peran ini, PR berfungsi sebagai seorang ahli yang dipercaya untuk menganalisa masalah komunikasi, merancang program, dan memastikan implementasinya berjalan dengan baik. Biasanya, peran ini dipegang oleh praktisi PR yang sudah berpengalaman dan memiliki pemahaman yang mendalam mengenai kehumasan. Mereka sering dimintai pendapat oleh para pemimpin atau manajer ketika organisasi menghadapi tantangan tertentu.

3) Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)

Dalam posisi ini, PR bertindak sebagai penghubung antara organisasi dan publik. Tugas utama mereka adalah memastikan bahwa komunikasi berjalan dua arah - dari organisasi ke publik dan sebaliknya. PR berfungsi sebagai “jembatan” informasi, mendengarkan masukan dari publik, kemudian menyampaikannya kepada manajemen, dan sebaliknya, menjelaskan kebijakan atau keputusan organisasi kepada publik. Peran ini sangat penting untuk menjaga hubungan yang sehat dan terbuka

antara organisasi dengan publik , sehingga tercipta saling pengertian dan tercapainya kepentingan bersama.

4) Fasilitator Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*)

Dalam peran ini, PR bekerja secara langsung dengan manajemen untuk menemukan dan memecahkan masalah yang berkaitan dengan komunikasi. Mereka terlibat sejak awal, mulai dari mengidentifikasi masalah, merancang strategi, hingga mengevaluasi hasilnya. Di sini, PR bukan hanya sekedar eksekutor, tapi juga bagian dari tim pengambil keputusan yang bisa berfungsi sebagai penasihat, bahkan menentukan langkah organisasi, terutama saat menghadapi situasi sulit.

c. Informasi Publik

Pemberlakuan UU No. 14/2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menjadi tantangan tersendiri bagi humas pemerintah. Peraturan ini mendorong humas pemerintah untuk memberikan informasi secara terbuka agar masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya akan transparansi.. Humas secara tidak langsung membuka ruang bagi publik untuk mendapatkan akses informasi publik. Tugas humas tidak hanya menyampaikan kebijakan atau program pemerintah, tetapi juga memberikan penjelasan dan edukasi mengenai langkah-langkah yang dilakukan pemerintah secara terbuka dan jujur, salah satunya melalui media seperti *perss release*.

Dalam praktiknya, PR berperan layaknya *journalist in resident* yang menyampaikan informasi dari organisasi kepada publik (*one way process*), tanpa mengutamakan pada

komunikasi yang bersifat persuasif. PR bertanggung jawab untuk menyebarkan informasi kepada publik dan mengelola berita dengan bekerja sama dengan media massa. Dalam menyampaikan informasi, PR selalu memperhatikan kebenaran dan objektivitas dari narasumber.

J. Grunig dan T. Hunt (1984) (Purnomo, 2020) menjelaskan bahwa terdapat empat model komunikasi dalam praktik public relations:

1) Model Agen Berita (*News Agent Model*):

Model ini menggambarkan arus informasi yang hanya mengalir dari organisasi ke publik, seperti dalam kegiatan promosi atau publisitas. Untuk menciptakan citra positif, public relations menggunakan strategi propaganda dengan melibatkan tokoh-tokoh terkenal untuk menarik perhatian publik.

2) Model Informasi Publik (*Public Information Model*)

Dalam model ini, humas bertugas memberikan informasi kepada publik agar mereka mengetahui berbagai program dan kebijakan yang dijalankan organisasi

3) Model Dua Arah Asimetris (*Asymmetric Two-Way Model*)

Di sini, humas melakukan riset untuk meningkatkan efektivitas pesan yang disampaikan. Hasil riset tersebut digunakan sebagai masukan dari publik, namun model ini cenderung menempatkan publik sebagai pihak yang harus menyesuaikan diri dengan kebijakan organisasi, bukan sebaliknya.

#### 4) Model Dua Arah Simetris (*Symmetrical Two-Way Model*)

Model ini menekankan pentingnya umpan balik dari publik sehingga organisasi dan publik dapat saling menyesuaikan diri. Komunikasi dua arah dengan saling pengertian lebih diutamakan daripada komunikasi satu arah yang bersifat persuasif.

## 2. Humas Pemerintah

Setiap lembaga instansi atau pemerintah pasti memiliki tanggung jawab untuk mengelola informasi dan dokumentasi dengan baik. Dalam hal ini Humas memiliki peran yang penting dalam menjembatani komunikasi antara publik dan lembaga. Di era modern yang rentan akan isu-isu negatif dan positif membuat hampir seluruh lembaga pemerintah maupun non pemerintah pasti memiliki bagian humas untuk mengelola segala informasi.

Melalui prinsip “dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat” yang bermakna publik berhak tahu dan ikut mengawasi apa yang dilakukan pemerintah (Effendy, Onong Uchjana, n.d.). Di sinilah peran humas tak hanya mengelola informasi dan menyampaikan berbagai kebijakan pemerintah tetapi juga turut mendengarkan dan memahami opini publik. Tujuannya agar informasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Menurut (Nugraha et al., 2020) Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika tentang Kode Etik Humas Pemerintahan pasal 6 menyebutkan, Humas Pemerintah adalah

segenap tindakan yang dilakukan oleh suatu instansi atau lembaga dalam usaha membina hubungan yang harmonis dengan khalayak internal dan eksternal dan membina martabat instansi/pemerintahan dalam pandangan khalayak internal dan eksternal guna memperoleh pengertian, kepercayaan, kerja sama, dan dukungan dari khalayak internal dan eksternal dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsi.

Dari pengertian diatas humas pemerintah tak hanya memiliki peran menyampaikan informasi tetapi juga membangun kepercayaan kepada publik. Menurut (Effendy, Onong Uchjana, n.d.) Sam black dalam buku Practical Public Relations, mengklasifikasikan humas menjadi humas pemerintah pusat (central goverment) dan humas pemerintah daerah (local goverment).

Humas pemerintah pusat memiliki dua tugas utama. Pertama, mereka bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi tentang kebijakan, rencana, dan hasil kerja yang telah dicapai secara teratur. Kedua, mereka juga harus memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang peraturan, undang-undang, dan hal yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu, humas juga berperan dalam memberikan masukan atau saran kepada pimpinan tentang bagaimana reaksi publik terhadap kebijakan yang diterapkan.

Sementara dengan Humas pemerintah daerah, mempunyai peran dan cara kerja yang tidak jauh berbeda dengan humas di pemerintah pusat. Perbedaannya hanya terletak pada cakupan kerja dan cara penyampaian informasi. Sebagai contoh, humas pemerintah daerah masih menggunakan media spanduk, poster dan pertemuan umum dalam menyebarkan informasi.

Berbeda dengan humas pemerintahan, humas perusahaan lebih beroperasi di lingkungan bisnis atau organisasi biasanya bertujuan mendapatkan keuntungan finansial. Istilah korporat di sini mencakup bisnis, firma, agensi, atau organisasi lain yang beroperasi

secara profesional. Hubungan antara humas dan pimpinan perusahaan biasanya bersifat fungsional, bukan struktural. Artinya, meskipun humas sering menerima arahan dari pimpinan perusahaan, namun secara struktural mereka berada di bawah dan tidak bertanggung jawab langsung kepada pimpinan perusahaan. Humas memang memiliki peran penting dalam menyampaikan citra dan informasi perusahaan, namun posisi humas seringkali dianggap sebagai pelengkap, bukan bagian dari pengambil keputusan utama.

Dari penjelasan diatas, humas masih memiliki tugas yang sama yaitu sebagai jembatan antara instansi dan publik. Namun, keduanya tentu memiliki perbedaan yang ada pada tujuan, struktur, dan ruang lingkup kerjanya. Humas pemerintahan berperan dalam menyampaikan informasi, membangun kepercayaan publik hingga menjadi perantara publik dan pemerintahan, sedangkan humas perusahaan berorientasi pada bisnis dan keuntungan. Selain memiliki fokus pada pengembangan citra perusahaan dan tujuan komersial, humas perusahaan bersifat fungsional atau hanya sebagai pelengkap.

Setiap pemerintah wajib memiliki tanggungjawab untuk mengelola informasi dengan baik. Pemerintah perlu membangun sistem kerja yang efisien sehingga masyarakat dapat mengakses informasi yang dibutuhkan dengan mudah dan cepat, disinilah peran humas pemerintah sangat penting.

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No.30 Tahun 2011 tentang Tata Kelola Kehumasan Instansi Pemerintah menyebutkan sejumlah fungsi humas pemerintah yang mendukung pelaksanaan kegiatan pemerintah yaitu:

- a. membentuk, meningkatkan, serta memelihara citra dan reputasi positif instansi pemerintah dengan menyediakan

informasi tentang kebijakan, program, dan kegiatan instansi

- b. menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis
- c. menjadi penghubung instansi dengan publiknya
- d. melaksanakan fungsi manajemen komunikasi yang meliputi kegiatan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan pemberian masukan dalam pengelolaan informasi

Dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No.30 Tahun 2011 turut dijelaskan bahwa humas pemerintah memiliki tugas penting dalam menyebarluaskan informasi kepada publik yaitu:

- a. Melaksanakan komunikasi timbal balik antara instansi pemerintah dan publik yang terencana untuk menciptakan saling pengertian dalam mencapai tujuan, demi memperoleh manfaat bersama
- b. meningkatkan kelancaran arus informasi dan aksesibilitas publik
- c. meningkatkan koordinasi dalam penyebarluasan informasi tentang kebijakan pemerintah
- d. membangun citra dan reputasi positif.

### **3. Artikel**

Menurut (Kriyantono, 2008) artikel dalam konsep PR Writing adalah tulisan yang memuat ide, gagasan, atau pandangan mengenai fenomena yang sedang terjadi di masyarakat. Hal ini dapat mempengaruhi perkembangan citra korporat di persepsi publik.

Kriyantono juga menyebutkan beberapa jenis artikel yang biasanya digunakan penulis dalam membuat artikel. Secara umum ada 4 jenis artikel yaitu:

1. Narasi

Narasi adalah gaya penulisan artikel dimana penulisannya menceritakan kejadian dengan runtut kronologis. Kejadiannya di tulis secara berurutan dan sistematis. Tulisannya berisi mengenai aksi-aksi, apa yang sedang terjadi dan apa yang akan terjadi. Narasi ini dapat membuat tulisan terlihat seperti nyata, karena pembaca terdorong berimajinasi tentang kejadian yang diceritakan.

2. Deskriptif

Isi artikel cenderung menulis kejadian secara detail sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga pembaca merasa seakan akan merasakan dan menyaksikan sendiri kejadian tersebut. Deskriptif membuat pembaca merasakan suasana realitas yang terjadi.

3. Eksposisi

Gaya artikel ini berisi informasi yang bersifat informatif atau instruktif tentang berbagai aspek kehidupan manusia.

4. Argumentasi

Tulisan ini memiliki tujuan untuk memersuasi atau menakinkan pembaca akan opini, pendapat dan pandangan penulis terhadap masalah yang menjadi tema artikel.

a. Tahap Penulisan Artikel

Menurut Bungin (2008) dalam (Maura & Shabrina, 2023), bahwa tahapan produksi yang umum dilakukan atau lazim disebut Standard Operation Procedure (SOP) terdiri dari 3 tahap, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

a) Pra Produksi

Dalam tahap pertama ini pra produksi biasanya berisi tentang perencanaan, seperti yang disebutkan oleh Kriyantono dalam bukunya *Public Relations Writing 2008* pada tahap Perencanaan (*Planning*) adalah tahap awal dalam menentukan proses penulisan lanjutan. Dalam tahap ini penulis mempertimbangkan hal hal mendasar sebagai bantuan agar tulisannya tetap fokus dan tidak meluas.

b) Produksi

Memasuki tahap selanjutnya yaitu mengimplementasi rencana yang sudah disusun. Kriyantono menyebutkan Penulisan (*Organizing & Composing*) pada tahap produksi penulis biasanya memilih gaya penulisan dan melaksanakan apa yang telah ditentukan diproses sebelumnya

c) Pasca Produksi

Ditahap terakhir ini adalah evaluasi. Kriyantono menjelaskan bahwa di tahap terakhir ini (*Editing & Rewriting*), hasil tulisan diperiksa. Besar kemungkinan adanya evaluasi pada tulisan yang biasanya tidak terlihat sempurna.

Menurut (Sopian, 2016) dalam menulis artikel harus membuka tulisan dengan gaya yang menarik. Pada bagian lead dapat merangsang pembaca untuk membaca berita keseluruhan. Salah satunya harus mengacu pada 5W+1H, yaitu:

1. What (Apa yang sedang terjadi?)
2. Who (Siapa saja yang terlibat)
3. When (Kapan terjadi?)
4. Where (Dimana hal itu terjadi?)
5. Why (Mengapa hal itu terjadi?)

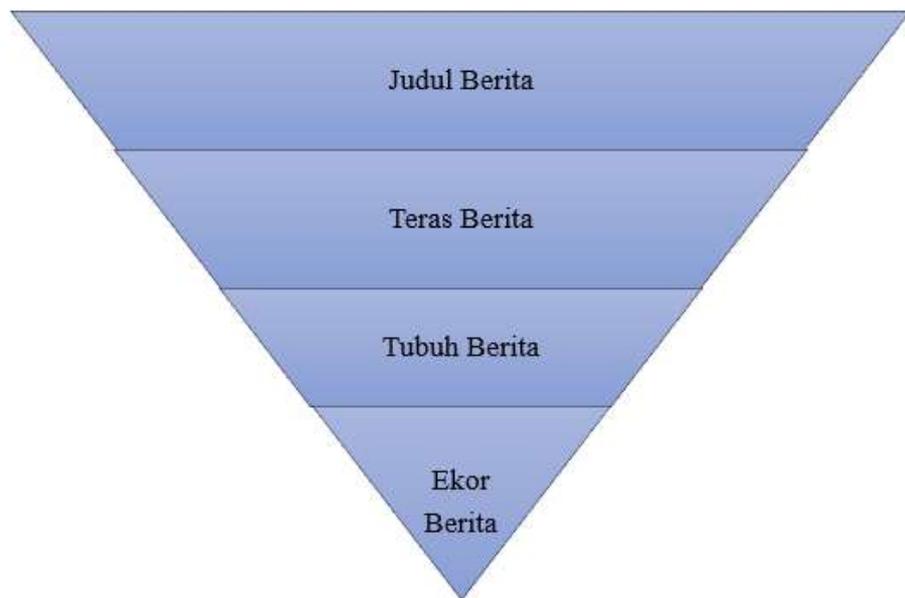
Selain harus memuat 5W + 1H, artikel juga harus memperhatikan prinsip dalam menulis artikel di media massa, karena ini akan tentu mempengaruhi minat publik saat membaca informasinya. Menurut (Kriyantono, 2008) ada beberapa prinsip untuk menulis artikel yaitu:

1. Pilihlah tema yang menarik (bernilai berita dan aktual)
2. Tema yang menyangkut kepentingan umum
3. Pilihlah judul yang singkat dan menarik perhatian
4. Judul harus mencerminkan isi artikel
5. Tulisan artikel harus disertai analisis ilmiah-logis dengan data data yang akurat
6. Artikel harus singkat, padat, namun mendalam
7. Prinsip “name makes news”
8. Pilihlah cara pengiriman

Humas harus peka terhadap perubahan opini publik. Penulisan yang baik jelas dan terstruktur tentu sangat berpengaruh pada publik dalam menyikapinya dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Pemilihan media penyebaran juga harus turut sesuai dengan karakteristik publik, karena ketepatan penyampaian informasi juga menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk sudut pandang publik.

#### b. Struktur Berita

Dalam penulisan artikel umumnya hampir sama dengan penulisan berita yaitu menggunakan struktur piramida terbalik. Menurut Panggabean (2007) dalam (Andika, 2020) mendefinisikan piramida terbalik adalah penulisan berita yang mengutamakan informasi yang dinilai paling penting. Biasanya struktur ini menekankan informasi terpenting dibagian atas, namun semakin kebawah semakin tidak penting.



Gambar 2.1 Struktur Piramida Terbalik

Berdasarkan bagan diatas, dalam penulisan berita terdapat bagian bagian epnting, seperti judul berita, teras berita, tubuh berita dan ekor berita. Dengan menggunakan struktur berita tersebut, maka berita dapat disampaikan secara jelas dan rinci.

1) Judul Berita

Penggunaan judul berita harus singkat, padat, mudah dimengerti, dan mudah diingat. Kalau bisa jangan lebih dari tujuh kata. Judul harus bisa membuat pembaca sudah mengerti apa makna berita yang akan disajikan dan tertarik untuk membaca beritanya (Panggabean, 2014:119)

2) Teras Berita

Panggabean juga menyatakan bahwa penulisan teras berita tidak lebih dari 45 kata. Dalam teras berita ini harus menggambarkan unsur terpenting dari 5W+1H.

Namun apabila unsur tidak terpenuhi, bisa lanjut dituliskan pada tubuh berita.

### 3) Tubuh Berita

Panggabean (2014:120) menjelaskan bahwa tubuh berita menyempurnakan informasi dan kronologi sebuah kejadian. Tubuh berita berada setelah teras berita yang menyampaikan peristiwa berita secara rinci dan biasanya berisi tiga hingga lima alenia. Dalam penulisan teras berita juga terdapat kalimat langsung yang diawali dengan penulisan tanda kutip (“).

### 4) Ekor Berita

Dibagian terakhir, ekor berita berisi informasi tambahan. Biasanya informasi ini mengambil keterangan narasumber kelima, keenam dan ketujuh. Panggabean (2007:74) menyampaikan jika penulisan berita straight news yang menggunakan struktur piramida terbalik unsur ini tidak terlalu penting, maka dari itu letaknya dibagian akhir.

## **4. Media Sosial**

Menurut data We Are Social 2021 dalam (Gunawan Budi, 2021) menyebutkan 96% pengguna telepon seluler Indonesia menjadi pengguna media sosial dan sebanyak 99,8% pemilik akun media sosial Indonesia aktif bermedia sosial. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat.

Siapa pun bisa menyampaikan pesan atau mendapatkan informasi kapanpun dan dimanapun hanya melalui media sosial. Menurut Sobur dalam (Qadir, 2024) mendeskripsikan media sosial sebagai alat komunikasi digital yang digunakan untuk berinteraksi,

berbagi informasi, dan berkolaborasi melalui jaringan internet. Sobur juga menjelaskan bahwa media sosial membentuk pola komunikasi yang lebih horizontal berbeda dengan media tradisional yang biasanya bersifat satu arah.

Salah satu media sosial yang masih banyak digunakan hingga saat ini adalah Facebook. Menurut (Luthfiyanti, 2019) platform *facebook* diluncurkan pada Februari 2004 dan tetap populer di berbagai kalangan usia, mulai dari remaja hingga dewasa. *Facebook* memungkinkan pengguna untuk membuat profil pribadi dan mengisi informasi seperti alamat, nomor telepon, dan hobi.

Luthfiyanti juga menjelaskan beberapa fitur facebook yang mendukung aktivitas penggunanya, yaitu fitur Beranda yang menampilkan kiriman dari teman atau akun yang diikuti dan disesuaikan dengan algoritma pengguna, Grup sebagai ruang komunitas untuk berdiskusi secara publik, dan marketplace adalah fitur untuk melakukan jual beli antar pengguna dari berbagai wilayah.

Selain itu, Facebook juga menyediakan fitur video seperti *Facebook Watch*, yang menampilkan video-video pendek dan panjang dari akun-akun yang diikuti. Fitur ini mirip dengan *Facebook Reels*, walaupun Reels memiliki batas durasi maksimal satu menit dalam mengupload video. Ada juga *Facebook Stories*, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi postingan yang akan hilang secara otomatis setelah 24 jam, mirip dengan *Instagram Stories*. Fitur penting lainnya adalah *Messenger*, yang memungkinkan pengguna mengirim pesan langsung ke pengguna lain. Pada fitur-fitur seperti *Facebook Watch* dan *Reels* atau postingan tulisan dan gambar pengguna dapat berkomentar dan membagikan konten, sehingga timbulnya komunikasi dua arah.

Interaksi semacam ini mencerminkan karakteristik media sosial, seperti yang dijelaskan oleh Rulli Nasrullah dalam (Gunawan Budi, 2021) yaitu:

1. Jaringan: Komunikasi di media sosial mengandalkan koneksi antar komputer, termasuk pertukaran data.
2. Informasi: Informasi merupakan inti dari media sosial, karena interaksi pengguna didasarkan pada isi pesan yang diterima.
3. Arsip: Informasi yang dibagikan akan disimpan dan dapat diakses kembali kapan saja melalui berbagai perangkat.
4. Interaktivitas: Media sosial memungkinkan interaksi aktif antar pengguna, bukan hanya sekedar menambah jumlah teman atau pengikut.
5. Simulasi Masyarakat: Media sosial menciptakan ruang sosial dengan pola dan dinamika yang terkadang berbeda dengan kehidupan nyata.
6. Konten yang Dibuat oleh Pengguna (User Generated Content): Konten di media sosial sepenuhnya berasal dari pengguna, yang memiliki kebebasan untuk berpartisipasi dan mengatakan apa saja.

Sebagai salah satu platform media sosial terbesar di dunia, Facebook menawarkan banyak fitur yang dapat dimanfaatkan oleh PR. Hal ini sejalan dengan tugas Humas untuk menyediakan informasi publik yang terbuka, jelas, dan mudah diakses oleh masyarakat. Melalui media sosial, komunikasi dan penyebaran informasi menjadi lebih cepat, efisien, dan dapat menjangkau publik tanpa batasan waktu dan tempat.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pemaparan bab-bab sebelumnya, dari hasil praktik kerja lapangan yang dilaksanakan penulis, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Proses pembuatan artikel yang diunggah di Facebook Dinas Kominfo DIY meliputi tiga tahapan yaitu tahap pertama pra produksi yang terdiri dari pembagian jadwal dan persiapan alat, tahap kedua produksi terdiri dari sortir foto dan pembuatan artikel, serta tahap terakhir pasca produksi yaitu tinjauan artikel serta pengunggahan di Facebook Dinas Kominfo DIY. Namun perlu disoroti lebih lanjut mengenai penambahan alat untuk liputan agar proses peliputan berjalan lebih optimal.
2. Pembuatan artikel yang dilakukan oleh Bidang IKP Dinas Kominfo DIY sudah memenuhi unsur penting 5W+1H dan menggunakan format penulisan piramida terbalik.
3. Dalam pengunggahan artikel, di mana dalam standar yang diharapkan adalah 1x24 jam, terkadang standar ini berhasil diterapkan. Tetapi dalam proses praktik lapangan berlangsung pengunggahan artikel masih dilakukan lebih dari 24 jam. Hal ini berisiko mengurangi aktualitas artikel sehingga informasi yang disampaikan terasa 'basi' bagi public atau pembaca.

## **B. Saran**

Mengacu pada uraian analisis sebelumnya, ada beberapa saran dari penulis yang berharap meningkatkan proses pembuatan artikel Dinas Kominfo DIY:

### **1. Penambahan Fasilitas Liputan dan Personil Liputan**

Adanya penambahan alat seperti kamera dan memory card sehingga bisa digunakan secara merata saat ada jadwal liputan mendadak. Begitupula dengan penambahan personil liputan. Bidang IKP sebisa mungkin bisa menetapkan berapa maksimal dan minimal mahasiswa magang agar kegiatan peliputan tetap berjalan secara optimal.

### **2. Pengunggahan Artikel yang lebih Efektif**

Masih menjadi salah satu permasalahan yang kerap dihadapi dilapangan yaitu keterlambatan dalam pengunggahan. Diharapkan adanya kesepakatan lebih awal untuk batasan waktu pembuatan artikel sehingga pihak yang mengunggah juga dapat menyesuaikan tanggungjawabnya dalam kurun waktu yang sama. Pengunggahan sebaiknya juga ditanggungjawabkan tak hanya satu orang sehingga dalam kondisi libur masih tetap bisa terunggah tepat waktu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andika, M. (2020). *Penggunaan Pola Piramida Terbalik Pada Rubrik Politik Media Portal Berita Viva. co. id.*  
<http://repository.uir.ac.id/id/eprint/13723%0Ahttps://repository.uir.ac.id/13723/1/146211090.pdf>
- Effendy, Onong Uchjana, M. . (n.d.). *HUBUNGAN MASYARAKAT, Suatu Studi Komunikologis* (Tjun Surjaman (ed.)). Remaja Rosdakarya Offset.
- Gunawan Budi, B. M. R. (2021). *MEDSOS di Antara Dua Kutub Sisi Baiknya Luar Biasa, Sisi Buruknya Bisa Membuat Binasa* (D. S. Salim Shahab (ed.); 1st ed.). Rayyana Komunikasindo.
- Hamdan, subakti hanin; prisusanti dewi retno; fahmi aisyah; haryanti suci; pangestu ari nova; primasari anggung nesy; putri surya novita; adinata arfan A. hadi irwan; firmansyah. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Rake Sarasin* (Issue Maret). <https://doi.org/10.31237/osf.io/jhxuw>
- Kriyantono, R. (2008). *PR WRITING, MEDIA PUBLIC RELATIONS MEMBANGUN CITRA KORPORAT* (1st ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, R. (2008b). *Public Relations Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat* (1st ed.). PT Fajar Interpratama.
- Lani, O. P., & Handayani, B. (2021). *Peranan Humas Pemerintahan ( Government Public Relations ) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan yang Baik.* 130–140. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.4071>
- Luthfiyanti, L. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Facebook dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik VII*, 113–119.
- Maura, K. D., & Shabrina, A. (2023). Proses Produksi Berita Mengenai Umkm Area Yogyakarta Di Pikiran-Rakyat. *Com. EProceedings ...*, 10(4), 3039–3046.

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/20963/20197>

Musi, S., Rosalinda, M., Zuldhiyailhaq, Aifah, A. N., Islami, M. P. F., Al Khadafi, M. Ri., & Dkk. (2022). *Penulisan Kreatif Public Relations*.

Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., Erdinaya, L. K., & Komariah, K. (2020). Komunikasi humas pemerintahan kabupaten/kota di Jawa Barat melalui media digital Instagram. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 221. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.26407>

Purnomo, S. (2020). Pemanfaatan Model Komunikasi J. Grunig untuk Meningkatkan Implementasi Keterbukaan Informasi Publik di Pemerintah Kabupaten Magelang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 4(1), 49–61. <http://ojs.mmtc.ac.id/index.php/jimik/article/view/86>

Qadir, A. (2024). *Media Sosial (Definisi, Sejarah dan Jenis-jenisnya)*. 3(6), 2713–2724.

Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Rajawali Pers.

Sopian. (2016). *Public Relations Writing, Konsep, Teori, Praktik* (T. Lesmana (ed.)).

Sujanto, R. Y. (2019). *Pengantar Public Relations Di Era 4.0* (S. . Desy Rachmawati (ed.)). Pustaka Baru Press.

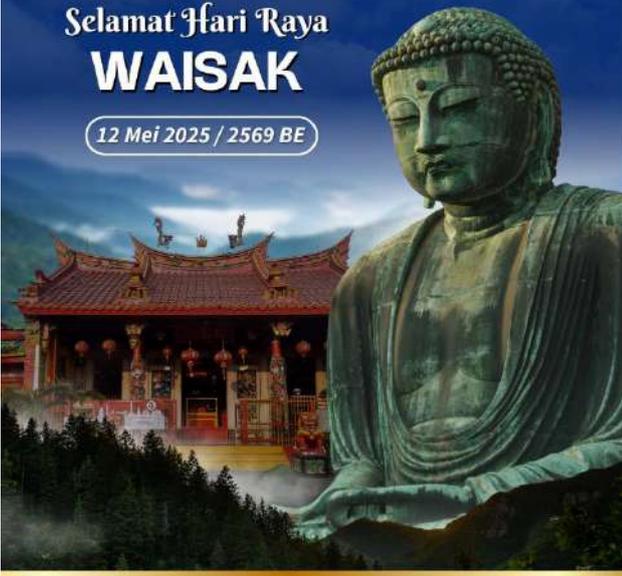
## LAMPIRAN



 Sumber Gambar: LIY Pixels, Atourn, Pixabay, Ericofalz, Matthew Montrone

# Selamat Hari Raya **WAISAK**

12 Mei 2025 / 2569 BE



 @kominfojy  Kominfo DIY  [diskominfo.jogjaprov.go.id](http://diskominfo.jogjaprov.go.id)


## Informasi Valid atau Hoaks? Cek Dulu, Baru Percaya!

**PLAY NOW**



 @kominfojy  Kominfo DIY  [diskominfo.jogjaprov.go.id](http://diskominfo.jogjaprov.go.id)



## FORMULIR PENILAIAN PKL

Nama Tempat PKL : Dinas Komunikasi dan Informatika DIY  
 Nama Penilai : Nugroho Jannin Warenpan, S.Kom., M.Eng.  
 Jabatan : Pranata Humas Muda  
 Alamat Kantor / Perusahaan : Jl. Brigjen Katamso, Keparakan, Kec.  
 Mergangsan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa  
 Yogyakarta 55152  
 Nomor Telephon : (+62) 821-3357-6291  
 Nama Mahasiswa yang dinilai : Erika Candra Primawati  
 PKL di bagian : Bidang Informasi Komunikasi Publik pada  
 Pengelolaan Media Sosial Akun Dinas Kominfo  
 DIY  
 Mulai PKL Sejak : 3 Februari 2025 - 30 April 2025

| Jenis Kemampuan                   | Tanggapan / Komentar Pihak Pengguna ** |      |       |        |               |
|-----------------------------------|--|------|-------|--------|---------------|
|                                   | Sangat Baik                            | Baik | Cukup | Kurang | Sangat Kurang |
| Komunikasi                        |  | V    |       |        |               |
| Kerjasama                         | V                                      |      |       |        |               |
| Kemandirian                       | V                                      |      |       |        |               |
| Kreativitas                       | V                                      |      |       |        |               |
| Kemampuan menggunakan alat modern | V                                      |      |       |        |               |

\*\* Mohon diisi dengan tanda V pada kolom isian diatas

**Komentar lain / saran – saran:**

Selama menjalani masa magang, Erika menunjukkan kemampuan komunikasi yang cukup baik. Ia memiliki kemampuan mendengarkan yang baik, tanggap terhadap arahan, serta mampu memahami instruksi yang diberikan tanpa perlu banyak pengulangan. Hal ini memudahkan proses kerja dan koordinasi dengan tim.

Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Erika perlu lebih percaya diri dalam menyampaikan gagasan secara lisan, baik dalam diskusi kelompok maupun saat memberikan laporan secara langsung. Selain itu, diharapkan ia dapat menjadi lebih komunikatif terhadap lingkungan kerja, agar terjalin interaksi dan kolaborasi yang lebih optimal.

Kami percaya, dikemudian hari Erika mampu mengembangkan potensi untuk berkembang menjadi pribadi yang komunikatif dan profesional di lingkungan kerja.

2 Juni 2025  
Penilai

Nugroho Jannin Warenpan, S.Kom., M.Eng.  
 NIP. 398201182011011005  
 Tanda Tangan & Cap Instansi / Perusahaan

