

PRODUKSI MEDIA KOMUNIKASI DAN PUBLIKASI SEBAGAI UPAYA PENYEDIAAN INFORMASI DI SMA NEGERI 1 KATAPANG

Novianti, E., Rahmat, A., Zubair, F. dan Agung, A.P.

E-mail:

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) berjudul “Produksi Media Komunikasi dan Publikasi sebagai Upaya Penyediaan Informasi di di SMAN 1 Katapang. Kegiatan (PKM) bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan siswa mengenai media komunikasi yang saat ini tengah berkembang pesat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah dan praktik. Adapun materi yang diberikan adalah seputar perkembangan media komunikasi, etika dalam media komunikasi, jenis-jenis media komunikasi, dan diakhiri dengan praktik pembuatan blog. Hasil monitoring dan evaluasi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan para siswa antusias memiliki blog, hal ini ditunjukkan dengan adanya alamat blog baru yang dimiliki oleh peserta pelatihan yang isinya dimonitor oleh tim. Adapun luaran dari hasil pengabdian ini adalah tersusunnya modul bahan ajar media *public relations* kontemporer.

Kata kunci: media, komunikasi, jenis etika, modul

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi memiliki nilai keuntungan tersendiri bagi manusia karena dengan teknologi komunikasi individu dapat dengan cepat mengkomunikasikan organisasinya, produknya, dan reputasi dirinya sendiri kepada publik. Dengan kata lain, teknologi komunikasi bisa kita manfaatkan sebagai media publikasi. Adapun media publikasi sangat penting dalam menampakkan potensi-potensi lembaga maupun individu, potensi tersebut berupa mengolah pikir, mewacanakan kritik, menghadirkan komentar publik, serta menghadirkan ilmu-ilmu penulisan dan jurnalistik lainnya. Media mampu menyediakan informasi yang dibutuhkan pembaca. Media juga yang paling efektif dan efisien dalam menyampaikan ilmu baru.

Di samping itu, pesatnya bidang teknologi komunikasi membuat kita semua di belahan bumi ini tertatih-tatih untuk mengikutinya. Kecanggihan teknologi sudah tersedia sehingga melalui teknologi kita dapat memperoleh segala macam informasi mulai dari informasi pendidikan, politik, ekonomi, bahan riset, iklan, gaya hidup, belanja, hiburan yang menyangkut seluruh aspek kehidupan yang terjadi dan ada di seluruh belahan dunia. Ketersediaan pusat informasi yang berisi tentang apapun yang kita ingin ketahui dapat diakses di mana pun dan kapan pun, alangkah sayang jika tidak termanfaatkan.

Dunia pendidikan sebagai pusat berkembangnya teknologi dan penghasil sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas tentulah sangat menyambut baik kehadiran teknologi komunikasi yang semakin canggih ini. Namun, kendala yang dihadapi adalah

kita masih belum dapat mengoptimalkan ketersediaan fasilitas dan teknologi yang ada karena kurangnya keterampilan dan pengetahuan tentang aplikasi internet. Dengan menekankan pada “Kompetensi, Komunikasi, Komputer”, mutu pendidikan dapat ditingkatkan dan menjadikan lulusannya berwawasan masa depan yang mendunia. Kita harus meningkatkan mutu (SDM) secara sistematis, persoalannya masih banyak insan-insan di dunia pendidikan belum mampu menggunakan fasilitas internet dan memanfaatkannya untuk kepentingan akademis.

Berdasarkan realitas perkembangan teknologi komunikasi tersebut, kami tim PKM Program Studi Ilmu Hubungan Masyarakat menangkap adanya peluang sekaligus tantangan untuk berpartisipasi dalam pengembangan pendidikan dengan memanfaatkan teknologi komunikasi di SMAN 1 Katapang Kabupaten Bandung. Dari observasi awal yang kami lakukan di sekolah tersebut, ditemukan data-data pendukung di antaranya SMAN 1 Katapang sudah memiliki laboratorium komputer untuk menunjang pembelajaran siswa, namun demikian dalam pelaksanaannya laboratorium ini belum maksimal digunakan untuk kepentingan akademis. Para siswa di SMAN 1 Katapang telah memiliki *facebook*, *twitter* dan sebagian kecil telah memanfaatkan *youtube*. Namun demikian, ketika ditanyakan lebih lanjut, ternyata para siswa cenderung memanfaatkan sosial media tersebut untuk kebutuhan hiburan, maksudnya adalah sosial media tidak dipergunakan untuk kepentingan akademis, misalnya berbagi informasi mengenai proses belajar mengajar, mengenai tugas-tugas di sekolah, maupun menggunakan media sosial untuk *mempublish* hasil karya sekolah maupun individu.

Data pendukung lain yang kami temukan di wilayah Katapang Kabupaten Bandung, terdapat potensi pendidikan antara lain telah memiliki tempat pendidikan yang dimulai tingkat taman kanak-kanak (swasta) sebanyak 4 buah, sekolah dasar negeri berjumlah 3 buah dan sekolah dasar swasta sebanyak 1 buah, sekolah menengah pertama swasta 1 buah, sekolah menengah atas negeri dan swasta masing-masing ada 1 buah. Sesungguhnya secara umum Desa Banyusari di wilayah Katapang memiliki potensi yang cukup baik dalam menghadapi perubahan gaya dan pola hidup yang semakin modern dikarenakan tingkat buta aksara di wilayah ini hanya sedikit sehingga masyarakatnya dengan cepat juga akan menerima terpaan informasi yang baik dalam rangka menuju perbaikan kondisi kehidupan yang layak.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka kami tim pengabdian kepada masyarakat dari Program Studi Ilmu Humas akan mengadakan *workshop* Produksi Media Komunikasi dan Publikasi sebagai Upaya Penyediaan Informasi di SMA Negeri 1 Katapang.

SUMBER INSPIRASI

Berdasarkan uraian data dukung tersebut, maka target dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMAN 1 Katapang adalah:

1. meningkatkan pengetahuan para siswa terhadap media komunikasi dan publikasi sebagai saluran-saluran untuk aktifitas peningkatan prestasi akademik,
2. meningkatkan keterampilan siswa terhadap media komunikasi dan publikasi sebagai saluran-saluran untuk aktivitas peningkatan prestasi akademik,

Berdasarkan target dari kegiatan PKM, kami memiliki luaran kegiatan PKM berupa produk, yakni adanya *blog* yang dimiliki oleh peserta kegiatan pengabdian masyarakat dengan konten yang terus dimonitor. Tim PKM menekankan, bahwa konten di dalam *blog* harus berisikan tulisan atau karya-karya akademik.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMAN 1 Katapang adalah ceramah dan praktik. Materi ceramah yang diberikan adalah perkembangan media komunikasi dan publikasi yang dapat dimanfaatkan sebagai saluran-saluran untuk pengembangan potensi akademik. Materi pertama ini diberikan untuk meningkatkan pengetahuan siswa mengenai perkembangan media komunikasi dan bagaimana pemanfaatannya secara positif, terutama bagi pengembangan diri dan prestasi akademik.

Penyampaian materi mengenai perkembangan media komunikasi selama dua jam, kemudian dilanjutkan dengan praktikum pembuatan *blog*. Pembuatan blog ini dipilih dikarenakan blog mampu menyampaikan karya berupa tulisan maupun foto-foto serta prestasi sekolah dan siswa secara lengkap, sehingga SMAN 1 Katapang dan siswanya dapat lebih dikenal karya dan prestasinya. Dengan demikian, hal ini akan memotivasi masyarakat untuk lebih terpacu menyekolahkan anak-anaknya sampai ke jenjang yang lebih tinggi.

ULASAN KARYA

Kegiatan PKM dilaksanakan pada tanggal 9 November 2013 bertempat di SMAN 1 Katapang dari pukul 08.00-13.00 WIB. Kegiatan ini diawali dengan silaturahmi guru-guru SMA N 1 Katapang dengan dosen-dosen Program Studi Hubungan Masyarakat. Dalam hal ini ada penyambutan dari Kepala Sekolah SMA N 1 Katapang yang menandakan bahwa kegiatan PKM dapat dilaksanakan. Pihak sekolah menyampaikan ucapan terima kasih atas kesediaan tim pengabdian PKM dari Unpad hadir di SMAN 1 Katapang. Kepala sekolah berharap dengan adanya kegiatan tersebut guru dan siswa SMAN 1 Katapang lebih termotivasi untuk menunjukkan prestasi sekolah dan prestasi individu.

Kegiatan PKM dimulai dengan pengenalan pembicara, yang terdiri dari 3 orang pembicara dari Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat dan 1 orang pembicara dari bagian IT Unpad. Materi awal yang disampaikan mengenai perkembangan media komunikasi. Materi yang disampaikan oleh Dr. Evi Novianti, M.Si. mengenai perkembangan media komunikasi.

Media adalah suatu alat bantu di dalam menyampaikan pesan kepada komunikan atau audiens. Berhasil tidaknya pesan yang akan disampaikan oleh komunikator, penggunaan media mempunyai peran amat besar. Dari sudut sejarah penggunaan media dalam berkomunikasi, pada awalnya penggunaan media masih sangat sederhana, seperti asap dan burung merpati. Sejalan dengan meningkatnya kemajuan teknologi dan pengetahuan, media komunikasi tumbuh dengan pesat sesuai kebutuhan tingkat sosial budaya masyarakat. Dengan peningkatan media komunikasi hubungan kerja sama antarbangsa semakin meningkat. Tidak sedikit manusia terbantu dengan pemakaian media dalam berkomunikasi.

fungsi media komunikasi menurut (Burgon dan Huffner, 2002) adalah sebagai berikut;

1. efisiensi penyebaran informasi; dengan adanya media komunikasi terlebih yang hi-tech akan lebih membuat penyebaran informasi menjadi efisien. Efisiensi yang dimaksudkan di sini ialah penghematan dalam biaya, tenaga, pemikiran dan waktu. Misalnya, kita memberikan ucapan selamat hari raya Idul Fitri atau Natal cukup melalui SMS, MMS, e-mail, mailist dan media canggih lainnya. Hal ini lebih disukai karena nilai praktisnya jika dibandingkan dengan mengirimkan kartu lebaran atau kartu Natal dengan waktu yang lebih lama,
2. memperkuat eksistensi informasi; dengan adanya media komunikasi yang hi-tech, kita dapat membuat informasi atau pesan lebih kuat berkesan terhadap audience/ communicate. Suatu contoh, dosen yang mengajar dengan multimedia akan lebih efektif berkesan daripada dosen yang mengajar secara konvensional,
3. mendidik/ mengarahkan/ persuasi; media komunikasi yang berteknologi tinggi dapat lebih menarik audience. Sebagaimana kita pelajari pada bab sebelumnya tentang komunikasi persuasi maka hal yang menarik tentunya mempermudah komunikator dalam mempersuasi, mendidik dan mengarahkan karena adanya efek emosi positif,
4. menghibur/ entertain/ *joyfull*; media komunikasi berteknologi tinggi tentunya lebih menyenangkan (bagi yang familiar) dan dapat memberikan hiburan tersendiri bagi audience. Bahkan jika komunikasi itu bersifat hi-tech maka nilai jualnya pun akan semakin tinggi. Misalnya, presentasi seorang marketing akan lebih mempunyai nilai jual yang tinggi jika menggunakan media komunikasi hi-tech daripada presentasi yang hanya sekedar menggunakan metode konvensional,
5. kontrol sosial; media komunikasi yang berteknologi tinggi akan lebih mempunyai fungsi pengawasan terhadap kebijakan sosial. Seperti mis-

alnya, informasi yang disampaikan melalui TV dan internet akan lebih mempunyai kontrol sosial terhadap kebijakan pemerintah sehingga pemerintah menjadi cepat tanggap terhadap dampak kebijakan tersebut.

Sesi selanjutnya materi disampaikan oleh Dra. Feliza Zubair, M.Si. dan FX Ari Agung Prastowo, M.Si. secara bergantian mengenai “Etika dalam Media Komunikasi dan Jenis-Jenis Media komunikasi”. Selama ini banyak peristiwa-peristiwa yang muncul ke publik mengenai perilaku pengguna media komunikasi khususnya media sosial. Bahkan kasus terbaru adalah adanya pengunggahan video porno SMPN 4 Jakarta yang mengunggah adekan porno bersama dengan pasangannya di youtube. Hal ini menunjukkan perlu adanya pembelajaran mengenai etika bermedia. Dengan kita aktif menggunakan media komunikasi, khususnya media sosial, sesungguhnya kita dapat memperpanjang usia, dikarenakan melalui sosial media, kita dapat bersilahturahmi dan bertukar pikiran mengenai masalah-masalah yang terjadi.

Dilanjutkan dengan pemberia materi jenis-jenis media baru yang berkembang saat ini. Dalam penyampaian materi tersebut pemateri menyampaikan jenis-jenis media komunikasi. Dewasa ini kemajuan telekomunikasi memiliki peran besar dalam membantu proses penyampaian informasi/pesan kepada si penerima atau komunikan. Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Perkembangan teknologi memang sangat diperlukan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia antara lain memberikan banyak kemudahan sebagai cara baru dalam melakukan aktivitas manusia. Khusus dalam bidang teknologi, masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini.

Penggunaan teknologi komunikasi baru dapat mengatasi masalah-masalah yang mendasar yaitu, akurasi, biaya, kecepatan, kualitas dan kuantitas dalam operasional bisnis Bisen dan Priya (2009:39). Perkembangan yang paling menonjol adalah internet. Saat ini terdapat media komunikasi berbasis internet seperti *twitter*, *facebook*, *youtube*, *blog* dan *chatting*.

Perkembangan internet ternyata telah mengubah pola interaksi masyarakat, yaitu interaksi bisnis, ekonomi, sosial, dan budaya. Internet telah memberikan sumbangan yang begitu besar bagi masyarakat, perusahaan, industri, maupun pemerintah. Munculnya internet telah menunjang efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan, terutama peranannya sebagai sarana komunikasi, publikasi, serta sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh seseorang, badan usaha, atau lembaga lainnya.

Ditinjau dari teori perspektif fungsionalisme tentang media yang dikemukakan oleh Denis McQuail (2000), internet sebagai media massa memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Information: Internet menyediakan informasi

secara *continuous* atau berkelanjutan. Informasi yang disediakan selalu aktual. Kita dapat mengetahui peristiwa dari berbagai belahan dunia hanya dalam waktu beberapa detik setelah peristiwa itu terjadi, bahkan kita dapat mengakses secara langsung melalui *video streaming*. Internet juga memungkinkan kita untuk mengakses informasi tentang keadaan lalu lintas, ramalan cuaca, bursa saham, dan berbagai berita yang kita butuhkan.

- 2. Correlation:** Internet membantu kita untuk memahami informasi yang kita dapat. Internet memiliki peranan penting dalam proses sosialisasi. Informasi yang kita dapat dari internet tidak hanya berupa berita dari suatu peristiwa, tetapi juga disertai opini masyarakat dan analisa dari beberapa ahli. Internet juga telah digunakan oleh beberapa instansi pemerintahan dan pendidikan untuk mempermudah proses sosialisasi kepada masyarakat.
- 3. Continuity:** Internet memiliki fungsi dalam mengekspresikan budaya yang dominan, mengenalkan perkembangan budaya baru, dan menanamkan nilai-nilai yang umum berkembang di dalam masyarakat.
- 4. Entertainment:** Internet menyediakan hiburan dan mengurangi ketegangan sosial. Berbagai hiburan dapat kita akses melalui internet, seperti *game online*, jejaring sosial, musik, dan film. Berbagai hiburan tersebut dapat menghilangkan kejenuhan kita terhadap rutinitas kegiatan sehari-hari dan berbagai masalah sosial yang terjadi di sekitar kita.
- 5. Mobilization:** Internet mendorong pembangunan ekonomi, pekerjaan, agama atau memberi dukungan kemanusiaan di saat peperangan. Internet juga dapat menggerakkan masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu. Contoh dari hal tersebut dapat kita lihat pada kasus Prita Mulyasari dengan pihak RS Omni Internasional. Internet (dalam hal ini jejaring sosial) telah berhasil menggerakkan ribuan bahkan jutaan orang untuk memberikan dukungan kepada Prita Mulyasari.

Sesi terakhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah praktik pembuatan blog yang didampingi langsung oleh ahli IT Unpad, yakni Alan Ridwan M., S.T., M.T. Di sesi terakhir ini pemateri langsung mendampingi para siswa untuk membuat *blog*. Untuk mempermudah dalam membuat *blog* pemateri menyampaikan terlebih dahulu dasar-dasar teorinya. Diantaranya adalah pengenalan mengenai *blog* itu sendiri.

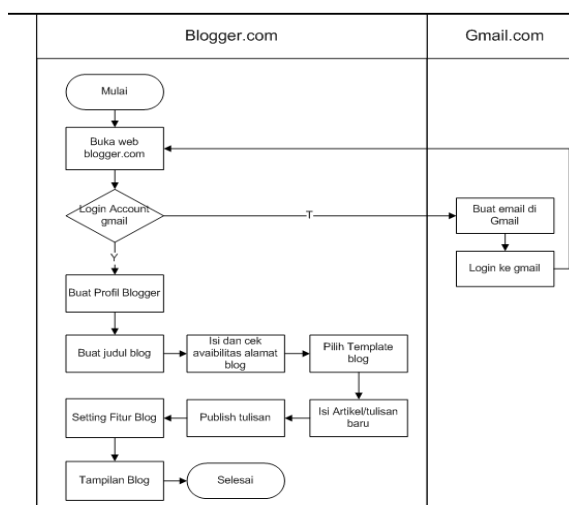
Blog merupakan singkatan dari “web log” adalah sebuah aplikasi web yang memuat tulisan-tulisan pada sebuah halaman web umum atau disebut juga posting. Posting-posting tersebut seringkali dimuat dalam urutan secara terbalik, mulai dari yang terbaru sampai yang paling lama. Situs web semacam itu biasanya dapat diakses oleh semua pengguna internet

sesuai dengan topik dan tujuan dari si pengguna blog tersebut.

Blog juga dapat disebutkan sebagai diary online, yang dapat dibuat oleh siapa pun dan isinya kebanyakan pengalaman sehari-hari maupun opini pribadi dari para pemilik blog. Adapun jenis-jenis blog terdiri dari :

1. *General Blog*: Isi blog berupa tulisan, entah itu menceritakan kehidupan sehari - hari, opini pribadi tentang suatu topik, bahkan dijadikan sebagai ajang kampanye guna pengumpulan massa.
2. *Photo Blog*: Seringkali disebut juga blog foto, merupakan pengembangan dari General Blog. Jadi isi blog tidak melulu terbatas pada teks.
3. *Audio Blog*: Audio blog lebih dikenal dengan nama podcast. Blog ini berisi suara, tetapi bukan hanya terbatas pada musik, melainkan termasuk berita ataupun sekedar curhat.
4. *Mobile Blog*: Disebut mobile blog, karena blog tidak hanya dapat dibuat melalui pc, tetapi dapat juga dibuat melalui media ponsel
5. *Video Blog*: Vlog singkatan dari video blog sebenarnya sudah ada sejak tahun 2000. isinya berupa video-video sederhana yang durasi pemutarannya sangat singkat.

Untuk mempermudah para siswa, pemateri telah Tabel 1. Langkah cara membuat blog



menyusun langkah-langkah membuat *blog* secara mudah, yakni:

SIMPULAN

Sebagai simpulan dari kegiatan ini PKM adalah sebagai berikut: meningkatnya pengetahuan siswa mengenai media komunikasi dan publikasi dan ditunjang dengan etika di dalam media komunikasi; meningkatnya ketrampilan siswa dalam membuat media komunikasi seperti *blog*. Hal ini dikarenakan siswa telah mengetahui fungsi media komunikasi untuk peningkatan prestasi akademik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto & Komala, L. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya,
- Qualman, & Erik. 2009. *Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business*, John Wiley & Sons Inc.
- Wahyudiarto, & Firmansyah. 2011. *Statistik Internet Tahun 2010-2011 di Dunia dan Indonesia*.
- Mc Quail Denis, 1987, *Teori Komunikasi massa*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Hartley, Peter & Bruckmann, 2002. Clive G, *Business Communication*, London: Routledge, .
- Bisen, Vikram & Priya. 2009. *Business Communication*, New Age International (P) Ltd., Publishers.
- Aulia, Muhammad. 2010. *Belajar Teknologi dengan Mudah*. Depok: Gramedia Pustaka
- Elcom. 2009. *Twitter: Best Social Networking*. Jakarta: Penerbit Andi Jogjakarta
- Milstei, Sarah & Tim O'Reilly. 2009. *The Twitter Book*. USA: O'Reilly Media Inc.