

## **Peran PR Analyst dalam Pengelolaan Media Internal Kompas Gramedia**

*PR Analyst Roles in Using Internal Medium of  
Kompas Gramedia*

---

**Almira Felia Rafiq<sup>1</sup>**

**Dyva Claretta<sup>2</sup>**

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur  
Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294  
<sup>1</sup>almirafelia9@gmail.com, <sup>2</sup>claretta.dici@gmail.com

---

Dikirim: 8 November 2023, Direvisi: 19 Desember 2023,  
Diterima: 20 Desember 2023, Terbit: 31 Desember 2023. Sitasi:  
Rafiq, Felia A. Dyva, C. (2023). Peran PR Analyst dalam  
Pengelolaan Media Internal Kompas Gramedia. *Promedia :  
Public Relation dan Media Komunikasi*, 9(2), 189-204.

---

### ***Abstract***

*Public Relations handles few important roles to manage communication medium for its public, one of them by using digital PR which is website. PR Analyst Kompas Gramedia through a portal MyKG.id trying to presenting various informations and news related to the company itself for internal publics. This study is aims to analyze about how PR Analyst Kompas Gramedia implementate the PR roles in managing informations through MyKG.id, based on four Public Relations roles by Dozier and Broom which are Communcation Facilitator, Communication Tehnician, Expert Prescriber, and Problem Solving Facilitator. This type of study is qualitative descriptive. The result of this study are PR Analyst managing the whole news by doing real coverages and compiling lots of press release from cross-sectors, take advantages of continuous interactive medium such as WhatsApp Group Blast, Email Blast, KGTV, sound building, Instagram account @mykg.id, TikTok account @KompasGramedia, becoming a journalist inresidence, synergized with other division and Kompas Gramedia's publics, manages socialization and education program for the employees*

*of Kompas Gramedia, also presenting solutions and inovations to improve MyKG.id.*

**Keywords:** *Public Relations, Public Relations Roles, Internal Website of Corporation, Digital PR*

---

## Abstraksi

*Public Relations* memainkan peran penting dalam pengelolaan saluran informasi kepada publik, salah satunya dengan pemanfaatan *digital PR* yaitu *website*. *PR Analyst* Kompas Gramedia melalui portal MyKG.id menghadirkan ragam berita terkait perusahaan untuk publik internal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana peran yang dijalankan *PR Analyst* Kompas Gramedia dalam mengelola informasi *Website* MyKG.id, ditinjau dari empat peran *public relations* oleh Dozier dan Broom yakni *Communication Facilitator, Communication Technician, Expert Prescriber, dan Problem Solving Facilitator*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *PR Analyst* mengelola berita dengan liputan langsung dan menghimpun berita dari lintas sektor, memanfaatkan media interaktif lanjutan seperti *WhatsApp Group Blast, Email Blast, KGTV, Sound Building, Instagram @mykg.id, dan TikTok @KompasGramedia*, berperan menjadi *journalist inresidence*, bersinergi antardivisi dan dengan karyawan Kompas Gramedia, mengadakan kegiatan sosialisasi dan edukasi untuk karyawan Kompas Gramedia, serta menghadirkan solusi dan inovasi untuk perkembangan *website* MyKG.id.

**Kata Kunci:** *Public Relations, Peran Public Relations, Website Internal Perusahaan, Digital PR*

---

## I. PENDAHULUAN

*Public Relations Analyst* Kompas Gramedia yang berada di bawah departemen *Corporate Communication* merupakan tim humas yang memanfaatkan beragam media untuk dapat terhubung dengan publik. Salah satu media yang dimanfaatkan

untuk menyalurkan berita perusahaan adalah *website* perusahaan dengan domain MyKG.id.

Penelitian ini berangkat dari permasalahan yang ada di tengah publik internal Kompas Gramedia, yaitu kurangnya minat akses dan minat baca publik internal terhadap informasi pada *website* MyKG.id. Sementara itu, publik internal perlu mengikuti perkembangan informasi mengenai kebijakan perusahaan, agenda terbaru unit bisnis Kompas Gramedia, dan survey kekaryawanan. Eksistensi *website* MyKG.id penting sebagai pemenuh kebutuhan sarana berbagi informasi bagi unit bisnis Kompas Gramedia. Publik internal *Public Relations* meliputi karyawan perusahaan, manajer perusahaan, *stakeholders* (pemangku kepentingan), *shareholders* (investor perusahaan), *Board of Directors*, dan lainnya (Sari, 2017).

Adapun kesenjangan yang diamati peneliti yaitu meskipun *PR Analyst* memuat banyak ragam berita melalui *website* MyKG.id, kenyataannya masih sedikit publik internal yang mengakses dan membaca *website* MyKG.id. Hal ini diamati peneliti melalui perbandingan jumlah penayangan dan *likes* pada konten *website* MyKG.id dengan konten instagram @mykg.id sebagai media komunikasi interaktif lanjutan.

Berkaitan dengan peran *PR Analyst* melalui pengelolaan informasi *website*, Dozier dan Broom menyebutkan praktisi PR memiliki empat peran penting yang mampu menyokong keberlangsungan perusahaan. Empat peran tersebut yakni *expert prescriber* sebagai penasihat yang berpengalaman bagi beragam jenis publik, sebagai *communication facilitator* yaitu menyampaikan informasi kepada publik melalui berbagai jenis media humas, sebagai *problem solving facilitator* yaitu pengelola krisis perusahaan yang berdampak pada citra perusahaan, serta sebagai *communication technician* yaitu sebagai *journalist inresidence* (Palupi, 2018).

Melalui penelitian ini, peneliti akan menganalisa peran yang dijalankan *PR Analyst* Kompas Gramedia dalam mengelola *website* MyKG.id. Menurut Prasetyo (dalam Kinaswara et al, 2019) *website* merupakan kumpulan ragam informasi yang disatukan melalui domain sehingga dapat diakses oleh masyarakat yang terhubung dengan jaringan internet. Sementara, *digital PR* memungkinkan adanya penyimpanan data yang besar dengan jangka waktu lama, serta menciptakan potensi PR dapat berdialog dengan publik secara interaktif (Putra, 2020).

Terdapat tiga penelitian yang relevan dengan penelitian ini, yaitu penelitian mengenai pengelolaan informasi *website* dan *digital PR* di Indonesia. Judul penelitian tersebut diantaranya Manajemen Humas dan Informasi dalam Mengelola Berita pada *Website* Universitas Islam Negeri Sumatera Utara ([www.uinsu.ac.id](http://www.uinsu.ac.id)) sebagai Media Informasi Universitas (2023), Peran Humas UNITRI dalam Mempublikasikan Informasi kepada Publik Melalui Media Internal dan Media Eksternal (2019), dan Efektivitas Penggunaan *Website* pada Humas di Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara (2021).

Pada buku berjudul *Public Relations*, Frank Jefkins menyebutkan bahwa PR berperan dalam memengaruhi dan membuat khalayaknya paham atas pesan yang disampaikan. Dengan kata lain, praktisi PR berperan penting untuk menjadikan khalayak memiliki persepsi atau tujuan yang sama dengan perusahaan demi menjaga reputasi perusahaan yang diwakilinya (Jefkins & Yadin, 2018).

Sementara itu, dalam menjalankan fungsinya, PR memanfaatkan media internal. Media internal PR berfungsi untuk membangun citra positif perusahaan, mendapat dukungan yang positif dari publik internal, menyebarkan informasi yang kredibel kepada karyawan terkait kegiatan dan kebijakan perusahaan, serta meningkatkan semangat dan loyalitas karyawan (Zakharis et al, 2020). Pemanfaatan *Digital PR* mampu memudahkan praktisi PR

untuk menyebarkan informasi kepada publik secara stabil, konstan, dan interaktif dan memungkinkan adanya umpan balik dari publik (Hastuti dan Susilowati, 2020).

Pada penelitian ini, peneliti mengacu pada 4 (empat) peranan humas oleh Dozier dan Broom yaitu *Communication Facilitator*, *Communication Technician*, *Expert Prescriber*, dan *Problem Solving Facilitator*. Selain itu, peneliti juga berpedoman dengan model komunikasi *Public Information* oleh Grunig & Hunt dimana merupakan salah satu model komunikasi yang bersifat satu arah tanpa mengutamakan umpan balik serta banyak digunakan oleh korporasi di seluruh dunia (Rolos dan Wijaya, 2020).

Berdasarkan dari uraian yang telah dijelaskan, agar lebih jelas dan terarah maka peneliti merumuskan masalah yaitu "Bagaimana Peran *PR Analyst* dalam Pengelolaan Informasi *Website MyKG.id* sebagai Media Internal *Public Relations Kompas Gramedia?*". Sementara, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa peran *PR Analyst* dalam pengelolaan informasi *website MyKG.id* sebagai media internal *Public Relations Kompas Gramedia*.

## II. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah riset yang mengacu pada realitas untuk mengetahui apa yang terjadi, bagaimana sesuatu terjadi, dan mengapa sesuatu terjadi. Penelitian kualitatif menjadikan peneliti harus mengeksplorasi peristiwa lebih dalam melalui beragam kacamata alias sudut pandang informan (Hakim dan Putro, 2022).

Fokus penelitian dari penelitian ini adalah menganalisa peran *PR Analyst* Kompas Gramedia dalam mengelola ragam informasi *website MyKG.id* sebagai wahana komunikasi internal. Penelitian

ini juga akan mengamati bagaimana penggunaan *website* MyKG.id dari sudut pandang publik internal Kompas Gramedia yaitu karyawan Kompas Gramedia.

Subjek penelitian ini adalah anggota *PR Analyst* Kompas Gramedia yang menjalankan peran humas untuk menyusun dan mendistribusikan informasi kepada karyawan melalui *website* MyKG.id, serta karyawan Kompas Gramedia yang berdomisili di Jakarta sebagai pembaca informasi *website* MyKG.id. Objek penelitian ini adalah informasi yang dikelola pada *website* MyKG.id beserta data lain di dalamnya, peran yang dijalankan *PR Analyst* terhadap *website* MyKG.id, dan tanggapan dari karyawan Kompas Gramedia.

Lokasi penelitian bertempat di O2 Corner yang berada di kawasan kantor Menara Kompas Kompas Gramedia Jalan Palmerah Selatan No. 21, Kecamatan Tanah Abang, Jakarta Pusat. Waktu pengumpulan data adalah tanggal 23 Oktober dan 26 Oktober 2023.

Sementara itu karakteristik dalam penentuan calon informan meliputi:

- a. Karyawan aktif Kompas Gramedia
- b. Anggota divisi *PR Analyst* Departemen Corporate Communication Kompas Gramedia
- c. Bertanggungjawab dalam mengelola informasi *website* MyKG.id selama dua tahun terakhir
- d. Publik internal Kompas Gramedia yang mengakses MyKG.id dan berdomisili di Jakarta.

Informan terdiri dari tiga anggota *PR Analyst* yang bertanggung jawab dalam mengelola informasi pada *website* MyKG.id yaitu Laras Nabila, Brianti Noviran, dan Gofrida Winda, serta dua karyawan Kompas Gramedia yang berdomisili di Jakarta dan berasal dari unit bisnis KG Media yaitu Oky Prakoso dan R. Desya. *PR Analyst* ditentukan sebagai informan karena *PR Analyst* merupakan bagian dari perusahaan yang

bertanggung jawab penuh atas komunikasi kedalam maupun keluar perusahaan, termasuk mengenai penyaluran informasi kepada publik melalui media digital seperti *website*.

Teknik pengambilan data di antaranya wawancara mendalam secara langsung, observas, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data oleh Miles, Huberman, dan Saldana meliputi pengumpulan data, kondensasi data yakni menyeleksi, mentransformasi, menyederhanakan, dan memadatkan data, menampilkan data dalam bentuk tulisan, tabel, maupun grafik, serta menyimpulkan data (Sarosa, 2021). Pengambilan data dimulai dari analisa lapangan, dipadatkan dan disajikan dalam bentuk narasi, dan dibuat kesimpulan (Annisa dan Mailani, 2023).

### **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. *PR Analyst sebagai Communication Facilitator***

Berdasarkan penjelasan informan 1 Laras Nabila yakni anggota *PR Analyst* Kompas Gramedia, *website* MyKG.id diresmikan sejak 30 Januari tahun 2020 sebagai peralihan dari media internal humas tradisional yang mulanya berbentuk cetak dengan nama Info Kita. Sebagaimana dijelaskan oleh Informan Laras Nabila sebagai *PR Analyst*:

*“Sebenarnya satu, itu lebih efisien budget. Kita gaperlu cetak, ga perlu ngirim-ngirim jadi kan kalau kayak gitu kan kayak ke Santika terus habis itu mungkin ada beberapa keluar kota kita kirim. Itu buat ngirit. Terus habis itu sebenarnya alesannya biar kalau misalkan pake website atau aplikasi itu tuh karyawan juga ikutan ngisi.”*

*Website* MyKG.id hadir sebagai bentuk sinergi ketiga tim yakni *PR Analyst Departemen Corporate Communication, Corporate HR, dan Corporate IT/IS* Kompas Gramedia. Dalam mengelola informasi tersebut, *PR Analyst* membagi kedalam beberapa kategori di *website* MyKG.id, yaitu Info KG, Info Unit,

*Event*, Promosi, *Employee Assistance Program*, dan *Community*. Fokus utama *PR Analyst* yaitu kategori Info KG yang berisi siaran pers yang bersifat penting dan segera, seperti acara korporasi, kebijakan perusahaan, kerja sama perusahaan, dan agenda tahunan Kompas Gramedia, serta kategori Info Unit berisi informasi seputar unit bisnis Kompas Gramedia. Hal ini sejalan dengan fungsi penting *public relations* yaitu memfasilitasi publik internal melalui pemahaman yang baik serta memanfaatkan kekuatan media (Claretta et al, 2022).

Saluran komunikasi interaktif lanjutan dari *website* MyKG.id tergolong beragam, meliputi Instagram @mykg.id, *Email Blast*, *WhatsApp Group Blast*, KGTV, *sound building*, dan TikTok Kompas Gramedia. Melalui Instagram @mykg.id, *PR Analyst* menyusun *copywriting* untuk kebutuhan *feeds* Instagram @mykg.id berisi *highlight* berita tertentu yang telah dipublikasikan di *website* MyKG.id. Selain itu, *PR Analyst* juga mengadakan Forum Redaksi MyKG.id dan Forum *Marketing Communication* secara rutin dengan menghadirkan narasumber yang ahli sebagai bentuk sosialisasi MyKG.id dan pelatihan tulis-menulis bagi karyawan Kompas Gramedia. Hal ini dijelaskan oleh Informan Brianti Noviran sebagai *PR Analyst*:

*“Forum redaksi MyKG.id dibentuk untuk memfasilitasi karyawan dari tiap unit itu kan suka ada perwakilan kita ambil satu dua orang dari tiap unit, nah kita fasilitasin untuk mereka belajar menulis lagi biar bisa berkembang.”*

Gambar 1. Kegiatan Forum Redaksi MyKG.id



Pengelolaan MyKG.id dari perencanaan, peliputan, penyusunan, penyuntingan, evaluasi, hingga upaya komunikasi dengan publik internal merupakan peran *PR Analyst dalam mengelola offensive issues*, yakni untuk mempertahankan dan meningkatkan reputasi perusahaan yang baik (Kustiawati et al, 2019).

### **B. PR Analyst sebagai Communication Technician**

Seluruh berita yang bersifat formal dan menyangkut kepentingan Kompas Gramedia beserta unit di bawahnya mengacu pada standar penulisan *press release* secara umum. *PR Analyst* menyusun berita secara apa adanya dan berperan menerbitkan informasi secara aktual. Berita yang dikelola mengandung keterangan waktu, tempat, deskripsi peristiwa, kutipan pihak penting atau *key person*, isi berita, foto pendukung, hingga konklusi. Jumlah kutipan yang ditulis tidak terlalu banyak dan menggunakan media di bawah Kompas Gramedia sebagai referensi.

Dari segi tampilan dan ketentuan pengunggahan berita, Informan 2 Brianti Noviran Dani sebagai *PR Analyst* menjelaskan mengenai penambahan foto berjumlah minimal satu pada setiap berita. Hal tersebut bersifat wajib untuk menggambarkan informasi kepada pembaca. *Angle* foto yang digunakan umumnya memperlihatkan jajaran direksi atau foto bersama, momen penting seperti seserahan atau kebersamaan karyawan, atau poster acara tertentu.

Gambar 2. Contoh Dokumentasi pada Artikel MyKG.id



Berita diunggah pada MyKG.id dalam waktu satu hingga dua hari sekali tidak termasuk akhir pekan. Meski demikian, Kompas Gramedia memiliki unit bisnis yang banyak sehingga segala bentuk informasi yang masuk dan keluar selalu ada. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh informan 3 yaitu Gofrida Winda sebagai *PR Analyst*:

*“Sebenarnya itu idealnya ya sehari satu artikel. Pasti ada satu artikel yang muncul tiap harinya. Cuma tergantung, balik lagi nih kalau misalkan memang ee hari itu lagi mentok nih bingung mau posting apa ya biasanya kita dua hari sekali pasti ada artikel.”*

*PR Analyst* dalam hal ini menjalankan kompetensi dasar jurnalisme, yakni praktisi PR harus memiliki keahlian dalam dua hal penting dalam menjadi teknisi komunikasi yaitu kompleksitas pemahaman media massa dan kompetensi dasar jurnalisme (Sambo, 2019).

### **C. *PR Analyst sebagai Expert Prescriber***

Tahapan pengecekan dan pengarahan oleh *communication manager* merupakan kewajiban bagi *PR Analyst* sebelum menerbitkan informasi ke karyawan Kompas Gramedia. *Communication manager* memantau hasil rilis yang disusun oleh *PR Analyst*, merevisi beberapa kata, menambahkan beberapa kalimat, dan mengurangi kata atau kalimat yang tidak perlu dicantumkan pada suatu siaran pers. Hal ini dikarenakan setiap publikasi *corporate communication* menjadi tanggung jawab dari *communication manager*. Sebagaimana dijelaskan Informan Brianti Noviran:

*“Oh perlu. Jadi rilis yang udah kita bikin kayak rilis korporat gitu ya kita tulis habis itu kita kasih ke manajer itu Mba Agatha. Kalau Mba Agatha udah oke kita sebar, jadi kalau untuk rilis pemberitaan itu cuma cukup di Mba Agatha aja sih. Baru deh kita posting di website MyKG.id.”*

Proses diskusi dengan manajemen perusahaan bertujuan mencapai performa yang baik bagi *PR Analyst*, sesuai pernyataan Cutlip pada Claretta et al (2022) yaitu *Public Relations* berupaya untuk menciptakan pemahaman yang sama melalui karakter dan performa yang konsisten.

#### **D. *PR Analyst sebagai Problem Solving Facilitator***

Pembaharuan menu MyKG.id menjadi fokus utama bagi *PR Analyst* bekerja sama dengan *Corporate HR* dan *Corporate IT/IS* untuk menjadi solusi supaya *website* MyKG.id semakin berkembang melalui menu MyKG Go. Menu tersebut direncanakan berisi artikel pelatihan, konseling, baik dalam bentuk visual maupun video dan tetap terintegrasi dengan domain MyKG.id. Pertimbangan inovasi ini juga bertujuan untuk membangkitkan semangat karyawan untuk mengakses MyKG.id dan memanfaatkan fitur yang ada untuk memperkaya wawasan.

Untuk mengukur keberhasilan *PR Analyst* dalam mengelola informasi *website* MyKG.id, *PR Analyst* melakukan tahap evaluasi melalui pengamatan terhadap *dashboard website* MyKG.id berisi analitik dimana selanjutnya hasil evaluasi tersebut dijadikan laporan pada *Business Program Review* oleh *PR Analyst* kepada manajemen atas perusahaan. *Dashboard* berupa analitik MyKG.id menunjukkan seberapa banyak karyawan yang berhasil akses *website* MyKG.id dalam kurun waktu tertentu, unit bisnis mana yang paling sering mengunjungi portal MyKG.id, akumulasi artikel atau berita yang dikelola oleh *PR Analyst* beserta total tayangan, jumlah *likes* dan *shares*, hingga unit bisnis yang tergolong rendah dalam mengakses informasi di MyKG.id. Hal ini didukung oleh pernyataan Informan 3 Gofrinda Winda sebagai berikut:

*“Evaluasi kita liat juga dari jumlah views dan likes per-artikel. Nanti di dashboard kita liat karyawan yang sering log-in karyawan mana aja, berapa total karyawan yang*

*log in, unit bisnis mana aja yang tingkat log-in website MyKG.id paling tinggi dan paling rendah.*

Unit bisnis Kompas Gramedia yang minat akses dan baca terhadap informasi *website* MyKG.id masih tergolong rendah adalah GoHR atau *Group of Hotel and Resorts*. Bentuk evaluasi *PR Analyst* adalah menayangkan analitik dan *dashboard* kedalam presentasi yang mudah dipahami dan mensosialisasikan hal tersebut melalui forum redaksi MyKG.id. *PR Analyst* juga memberi solusi karyawan Kompas Gramedia dalam mengirimkan informasi dalam bentuk panduan penulisan artikel. Hal ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan kurangnya karyawan Kompas Gramedia untuk melek terhadap kepentingan penyebaran dan berbagi informasi lintas sektor.

Inovasi lain yang dihadirkan adalah fitur *embed link* sebagai bentuk kolaborasi dengan media internal Kompas Gramedia dimana MyKG.id akan menayangkan berita yang juga diposting oleh media internal Kompas Gramedia seperti Parapuan, HAI, Grid Oto, dan media lainnya. Eksistensi *embed link* bertujuan meningkatkan kualitas berita, menaikkan minat baca karyawan, dan memperkenalkan karyawan terhadap media internal Kompas Gramedia lebih dalam.

#### **E. Penerimaan dan Tanggapan Publik Internal**

Melalui wawancara mendalam bersama karyawan Kompas Gramedia dan berdomisili di Jakarta, peneliti menemukan bahwa eksistensi *website* MyKG.id tidak asing atau sangat familiar bagi karyawan Kompas Gramedia.

Realita di lapangan adalah karyawan Kompas Gramedia lebih sering mengakses informasi perusahaan melalui media sosial yaitu Instagram. Informan 4 Oky Prakoso sebagai karyawan Kompas Gramedia mengakui bahwa Kompas Gramedia secara keseluruhan membantu karyawan karena

seluruh informasi diintegrasikan menjadi satu melalui *website* MyKG.id. Pernyataan Informan 4 yakni sebagai berikut:

*“Dengan adanya MyKG.id itu semacam kelebihan tersendiri dari Kompas Gramedia karena Kompas Gramedia kan lintas sektor ya. Dan di media sosial itu banyak banget, kita follow satu-satu juga ribet juga. Dengan adanya MyKG.id itu malah justru aku sebagai karyawan jadi terbantu.”*

Informan 5 R. Desya karyawan Kompas Gramedia menjelaskan tujuan utamanya dalam mengakses MyKG.id adalah untuk mengisi waktu luang serta mengecek presensi secara *online* dimana hal tersebut cukup mempermudah karyawan. *Website* MyKG.id juga sangat membantu karena adanya beragam fitur, tidak hanya mengenai agenda atau informasi Kompas Gramedia saja yang dibagikan namun juga informasi promo khusus bagi karyawan.

Secara keseluruhan, karyawan mengakses *website* MyKG.id untuk meningkatkan kemampuan dan wawasan. Karyawan Kompas Gramedia menyadari bahwa tidak semua perusahaan di Indonesia memfasilitasi media internal seperti *website* MyKG.id, sehingga karyawan sebaik mungkin memanfaatkan *privilege* yang ada dan menggunakannya secara bijak.

Peralihan media internal humas dari media cetak Info Kita menjadi media digital MyKG.id merupakan salah satu upaya penyesuaian *PR Analyst* untuk memaksimalkan internet sebagai media komunikasi baru. *PR Analyst* berhasil menyalurkan informasi mengenai perusahaan dan unit bisnisnya tersampaikan kepada karyawan Kompas Gramedia. Hal ini sejalan dengan peran *communication facilitator* oleh Dozier dan Broom, dimana *PR Analyst* bertanggungjawab sebagai sumber informasi bagi publik (Lani dan Handayani, 2021).

Peneliti mengamati *PR Analyst* mampu mengorganisasikan berita dengan baik. Hal ini ditunjukkan pada penjelasan informan mengenai pembagian waktu dan jenis berita mulai dari siaran

pers, informasi *event* unit bisnis, *feature*, pengumuman *event*, *CEO Letter*, kebijakan perusahaan, hingga informasi promosi. Sesuai penjelasan Frank Jefkins, praktisi PR harus pandai mengorganisasikan segala sesuatu dan menuntut kemampuan perencanaan yang prima (Jefkins dan Yadin, 2018).

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Peneliti dapat menarik kesimpulan berdasar pada hasil analisa dan pengamatan secara umum, yaitu selama tiga tahun berjalan, divisi *PR Analyst* Kompas Gramedia menjalankan peran kehumasan dalam pengelolaan informasi *website* MyKG.id sesuai dengan 4 peran humas oleh Dozier dan Broom meliputi *Communication Facilitator*, *Communication Technician*, *Expert Prescriber*, dan *Problem Solving Facilitator* dengan mengintegrasikan informasi lintas sektor Kompas Gramedia dan bersinergi dengan beberapa divisi yakni *Corporate HR* dan *Corporate IT/IS* Kompas Gramedia serta berkolaborasi dengan ragam unit bisnis.

Sementara secara spesifik, peran *PR Analyst* adalah sebagai *journalist inresidence* dalam menyusun berita MyKG.id, menyediakan program sosialisasi Forum Redaksi MyKG.id dan Forum *Marketing Communication*, merancang ide solutif untuk perkembangan *website* MyKG.id bersama manajemen perusahaan, membangun hubungan baik dengan karyawan pada media interaktif lanjutan seperti *WhatsApp Group Blast*, *Email Blast*, dan Instagram @mykg.id, TikTok @KompasGramedia, serta melakukan evaluasi terhadap pengelolaan informasi *website* MyKG.id setiap satu bulan sekali dengan pengamatan *dashboard* yaitu analitik MyKG.id.

Melalui uraian kesimpulan di atas, peneliti memberikan saran untuk meningkatkan minat akses dan minat baca karyawan, *PR Analyst* dapat memperbanyak jenis program sosialisasi *website* MyKG.id selain pelaksanaan forum. Sebagai contoh

yakni menyediakan *booth* MyKG.id pada suatu acara internal, mengadakan *games* sederhana dengan *doorprize* menarik untuk menarik perhatian karyawan, dan lebih gencar melakukan kolaborasi dengan unit bisnis Kompas Gramedia. Selain itu, *PR Analyst* dapat mengembangkan menu kotak kritik dan saran pada *website* MyKG.id.

## DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, I. S. (2023). Analisis Faktor Penyebab Kesulitan Siswa Dalam Pembelajaran Tematik Dengan Menggunakan Metode Miles Dan Huberman Di Kelas IVSd Negeri 060800 Medan Area. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(2), 6469–6477.
- Claretta, D., Amin, N. A., Dalima, M. N. A., Dewi, N. R., Putri, S. A. I., & Aristin, S. I. (2022). Peran Public Relations Jobhun dalam Mempertahankan Eksistensi di Tengah Persaingan pada Masa Pandemi. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(2), 231–239.
- Claretta, D., Simamora, A., Manullang, R., & Naibaho, P. R. (2022). Audit Kegiatan Public Relations pada PT. Adiprima Suraprinta. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, (1), 96–108.
- Hakim, L., & Putro, W. E. (2022). New Media dalam Membantu Kinerja Humas Pokdarwis Mempromosikan Wisata Alam dan Budaya di Ponorogo.
- Hastuti, D. A. S., & Susilowati, E. (2020). Cyber Public Relations Diskominfo Kabupaten Klaten dalam Optimalisasi Layanan Informasi Publik. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 1(1), 41–57.
- Jefkins, F. (2018). *Public Relations* (D. Yadin, Ed.; 5th ed., pp. 1–440). Penerbit Airlangga
- Kinaswara, T. A., Hidayati, N. R., & Nugrahanti, F. (2019). Rancang Bangun Aplikasi Inventaris Berbasis Website pada Kelurahan Bantengan. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 2(1), 71–75.

- Kustiawati, K., Setiadarma, A., & Priyantini, A. (2019). Strategi Public Relations dalam Manajemen Isu Keamanan Pangan di Pizza Hut Indonesia. *Jurnal Komunika*, 8(1), 53–62.
- Palupi, R. (2018). Strategi Humas Grup RS Awal Bros Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Website. Simposium Nasional Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi (SIMNASIPTEK), 16–19.
- Putra, I. G. N. (2020). Media Sosial dan Interaktivitas dalam Dunia Public Relations. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 1–11.
- Rolos, P. M., & Wijaya, L. S. (2020). Model Komunikasi Public Relations di Pemerintah Kota Salatiga dengan Pendekatan Model Komunikasi Grunig & Hunt. *Jurnal InterAct*, 9(1), 71–78.
- Sambo, M. (2019). In *Media Relations Kontemporer: Teori dan Praktik* (Ser. 1, pp. 6–17). essay, Kencana.
- Sari, M. A. J. L., & Fitriawan, R. A. (2020). Efektivitas Media Cetak Internal Tabloid “KONTAK” sebagai Sarana Informasi PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO). *E-Proceeding of Management*, 7(2), 7028–7045.
- Sarosa, S. (2021) Analisis Data Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: PT Kanisiusus.
- Zakharis, P. F., Lionardo, A., & Bafadhal, O. M. (2020). Strategi Humas PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO) Divisi Regional III Palembang dalam Membangun Citra Transportasi Modern Light Rail Transit (LRT) Palembang. *KAGHAS: Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya*, 2(2), 36–45.