

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Judul penelitian ini, “*Standard Operating Procedure* Pengorganisasian Informasi dalam Penyusunan Strategi Perancangan Konten Komunikasi di *Public Relation Agency Bening Communication*”, secara langsung menegaskan pentingnya membangun kerangka terstandar tentang bagaimana informasi dikelola dalam praktek sehari-hari di sebuah agensi *PR*. Alur pengorganisasian informasi yang dimaksud dalam penelitian ini dibingkai beberapa konsep teoritis, dan dirancang berdasarkan hasil temuan nyata di lapangan yang diperoleh dari wawancara dengan sepuluh informan yang berperan langsung dalam penyusunan strategi konten komunikasi.

Berdasarkan temuan-temuan dalam wawancara, tahapan penting yang konsisten muncul dalam praktek di *Bening Communication* adalah *briefing* eksternal dan internal, pencarian & pengumpulan, penataan, pemanfaatan, evaluasi serta koordinasi lintas team. Kelima tahap plus koordinasi ini membentuk sebuah alur linear yang khas, selalu dilalui sebelum tim agensi melangkah pada tahap eksekusi produksi pesan.

Tahap pertama, *briefing* eksternal dan internal, menjadi pintu masuk utama. *Brief* dari klien berfungsi sebagai dasar awal yang berisi tujuan komunikasi, target audiens, dan ekspektasi hasil. Namun, para konsultan menekankan bahwa *brief* eksternal atau *brief* dari klien selalu ditindaklanjuti dengan internal *briefing*, yaitu rapat internal tim untuk menyamakan persepsi, membagi tugas, serta menambahkan wawasan dari pengalaman internal. Jadi, strategi tidak sekedar bertumpu pada perspektif klien, tetapi juga diperkaya oleh interpretasi dan insight tim agensi.

Tahap kedua adalah pencarian dan pengumpulan informasi, di tahap ini data dikumpulkan dari berbagai sumber: regulasi pemerintah, tren industri, aktivitas kompetitor, monitoring media, hingga laporan riset pasar. Informasi ini menjadi bahan mentah yang menentukan arah komunikasi. Hampir semua informan

menekankan bahwa tanpa pengumpulan data yang memadai, strategi komunikasi berisiko hanya berdiri di atas asumsi.

Tahap ketiga adalah penataan informasi. Data yang sudah terkumpul perlu disaring, diklasifikasi, dan didokumentasikan agar tidak tercecer. Penataan juga memastikan bahwa informasi mudah diakses oleh seluruh tim. Namun, wawancara menunjukkan bahwa kualitas penataan masih bergantung pada individu atau pemimpin proyek. Ada tim yang rapi dan konsisten, tetapi ada juga yang menyimpan arsip secara terfragmentasi di *Google Drive*, *email*, atau bahkan laptop pribadi. Proses ini menunjukkan pentingnya standarisasi penataan sebagai bagian dari penerapan SOP.

Tahap keempat adalah pemanfaatan informasi, yang merupakan inti dari keseluruhan alur. Pada tahap inilah data yang sudah terkumpul dan tertata benar-benar diubah menjadi strategi komunikasi. Informasi dipakai untuk memetakan isu, merumuskan framing, menentukan pesan penting (*key message*), memilih target audiens yang relevan, serta menetapkan channel komunikasi yang paling efektif. Para konsultan senior menjelaskan bahwa analisis tren, sentimen publik, maupun data monitoring menjadi dasar untuk menyusun rekomendasi taktis kepada klien. Dengan kata lain, penyusunan strategi komunikasi sepenuhnya bertumpu pada sejauh mana informasi dimanfaatkan dengan tepat.

Tahap terakhir (kelima) adalah evaluasi, yang menutup siklus pengorganisasian informasi. Evaluasi dilakukan melalui laporan akhir, *coverage report*, *campaign report*, atau *debrief meeting*. Evaluasi tidak hanya berfungsi menilai capaian kampanye, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran organisasi. Dari sini, *insight* baru dihasilkan dan didokumentasikan untuk memperkuat proyek berikutnya. Tanpa evaluasi, pengetahuan organisasi akan berhenti pada individu atau proyek tertentu dan mudah hilang bersama pergantian staf.

Koordinasi lintas tim menjadi mekanisme yang menjahit kelima tahap tersebut agar tidak berjalan terpisah. Dalam praktek Bening *Communication*, koordinasi hadir sebagai proses dialogis dan berulang yang menyatukan makna (*sense-making*) antar fungsi, riset, konten, *media relations*, dan strategi, sehingga temuan monitoring dapat dipertautkan dengan kebutuhan klien, ditata sebagai

pengetahuan bersama, dan dioperasionalkan menjadi keputusan yang konsisten. Secara teoretis, peran koordinasi ini selaras dengan gagasan *collective sense-making* (Weick, 1995) dan *knowing organization* (Choo, 2002), diperkuat oleh model SECI (Nonaka & Takeuchi, 1995) yang menekankan konversi pengetahuan *tacit-explicit* melalui interaksi sosial, serta prinsip komunikasi dua arah simetris dalam *Excellence Theory* (Grunig & Grunig, 2000). Dengan koordinasi sebagai “benang pengikat”, alur informasi tidak hanya efisien secara teknis, tetapi juga koheren secara makna lintas proyek.

Dari berbagai wawancara dan observasi, hasil penelitian ini menegaskan bahwa alur pengorganisasian informasi di Bening *Communication* berlangsung melalui lima tahap yang saling berkaitan: 1. *Briefing* eksternal dan internal, 2. Pengumpulan informasi 3. Penataan informasi, 4. Pemanfaatan Informasi, dan 5. Evaluasi pengorganisasian informasi yang seluruhnya diikat oleh koordinasi lintas tim. Linearitas tahapan ini mencerminkan logika kerja khas sebuah *PR Agency* yang dinamis, responsif, namun tetap membutuhkan struktur untuk menjaga konsistensi dan kualitas strategi. Model alur ini menjadi dasar dalam penyusunan SOP, yang diharapkan mampu menstandarkan praktek lintas proyek, mengurangi ketergantungan pada individu, serta meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja tim.

SOP nantinya akan dirancang untuk menstandarkan langkah-langkah di setiap tahap: pencarian dan pengumpulan akan diatur dari sisi sumber dan metode pencatatan, penataan dari sisi struktur folder dan standar penamaan file, dan pemanfaatan dari sisi analisis data, penyusunan *key message*, hingga pengambilan keputusan, serta menetapkan ritme dan media koordinasi lintas tim agar arus informasi tetap sinkron. Dengan begitu, hasil penelitian tidak berhenti pada tataran deskriptif, tetapi menghasilkan panduan praktis yang bisa langsung diimplementasikan.

Alur pengorganisasian informasi ini semakin kuat karena dapat dipahami dari empat aspek sekaligus. Pertama, alur ini adalah temuan lapangan yang konsisten. Hampir semua informan, baik senior maupun junior, menggambarkan lima tahap ini, meski dengan istilah yang berbeda. Kedua, alur ini kontekstual dan

kelas. Ia mencerminkan logika kerja *PR Agency* yang dinamis, cepat, tetapi tetap mengikuti struktur tertentu. Ketiga, alur ini relevan dengan teori yang ada, mulai dari *information behaviour* (Wilson, 1996), *sense-making* (Choo, 2002; Weick, 1995), *knowledge management* (Nonaka & Takeuchi, 1995), hingga *agenda-setting* (McCombs & Shaw, 1972). Keempat, alur ini fungsional dalam penelitian maupun praktek. Dalam penelitian, ia menjadi kerangka penyajian temuan dan analisis. Dalam praktik, ia dapat ditransformasikan menjadi SOP yang meningkatkan konsistensi, efisiensi, kualitas strategi komunikasi, dengan koordinasi lintas tim sebagai mekanisme penghubungnya.

4.1. Posisi *Briefing* sebagai Tahap Paling Krusial

Berdasarkan wawancara dengan seluruh informan, ditemukan bahwa *briefing* menempati posisi awal sekaligus paling krusial dalam keseluruhan alur pengorganisasian informasi di Bening *Communication*. Hampir semua informan memulai penjelasan proses kerja mereka dari titik *brief*, baik yang berasal dari klien (*brief* eksternal) maupun dari pimpinan atau rekan kerja internal. Tahap ini bukan hanya menjadi langkah administratif untuk memulai proyek, melainkan juga menjadi dasar konseptual yang menentukan arah strategi komunikasi, efektivitas koordinasi antar tim, serta konsistensi hasil akhir kampanye. *Briefing* pada dasarnya berfungsi sebagai proses penyamaan persepsi, di mana tujuan, ekspektasi, dan batasan proyek didiskusikan agar seluruh anggota tim memiliki pemahaman yang sama sejak awal.

Vina Ramitha, *Senior PR Consultant*, menjelaskan bahwa keseluruhan proses penyusunan strategi selalu diawali dengan upaya pengumpulan informasi yang bersumber dari dua arah: dari klien secara eksternal dan dari riset atau pengamatan internal. Menurutnya, interaksi dengan klien tidak hanya bertujuan memperoleh arahan kerja, tetapi juga untuk membangun pemahaman tentang konteks dan dinamika isu yang sedang dihadapi (Vina Ramitha, 2025). Pandangan ini menunjukkan bahwa *briefing* bukan sekadar menerima instruksi, melainkan juga tahap interpretatif di mana tim mencoba memahami kebutuhan yang belum selalu terartikulasikan secara eksplisit oleh klien.

Selain itu, briefing digambarkan oleh para informan sebagai “pintu masuk” utama yang menentukan kualitas tahapan berikutnya. Rima Lesmanawati menegaskan pentingnya kejelasan brief agar strategi komunikasi dapat berjalan efektif. Ia menyampaikan,

“Kita perlu mendapatkan informasi detail saat mendapatkan brief dari klien, mulai dari objektif utama, hasil yang diharapkan, target sasaran, hingga apakah klien sudah pernah menjalankan program PR sebelumnya” (Rima Lesmanawati, Senior PR Consultant, 2025).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tanpa *brief* yang lengkap dan jelas, tim akan kesulitan memahami konteks, menentukan pesan penting, dan merancang langkah strategis yang efektif.

Bisa ditekankan bahwa, tahap briefing di tim Bening *Communication* berperan sebagai fondasi dari keseluruhan sistem kerja organisasi informasi. *Briefing* menjadi proses awal yang menghubungkan pemahaman antara klien dan agensi, sekaligus titik tolak bagi proses pengumpulan, penataan, dan pemanfaatan informasi yang akan mengikuti. *Briefing* yang matang memastikan bahwa strategi komunikasi tidak hanya terarah secara taktis, tetapi juga memiliki pijakan informasi yang kuat dan relevan dengan tujuan organisasi.

4.1.2. Briefing Eksternal: Titik Awal Pemahaman Strategis

Temuan lapangan menunjukkan bahwa *briefing* eksternal selalu menjadi langkah pertama yang dilakukan sebelum tim memulai proses riset atau perancangan strategi komunikasi di Bening *Communication*. Brief dari klien berfungsi sebagai sumber orientasi utama yang membantu konsultan memahami tujuan, ekspektasi, dan ruang lingkup proyek secara menyeluruh. Pada tahap ini, tim tidak hanya menerima instruksi, tetapi juga menafsirkan maksud dan arah komunikasi yang diinginkan klien. Karena itu, *briefing* eksternal tidak dapat dipandang sebagai formalitas administratif, melainkan sebagai proses strategis yang menentukan kualitas hasil akhir. Asteria Theresia, *Senior PR Consultant*, menjelaskan

“Langkah awal yang kami lakukan adalah mempelajari brief dari klien secara menyeluruh, lalu memadukannya dengan wawasan serta pengalaman pribadi dan tim internal. Selanjutnya, kami melakukan riset melalui analisis pemberitaan, diskusi dengan pihak relevan, dan pemantauan tren industri” (Asteria Theresia, Senior PR Consultant, 2025).

Penjelasan ini menunjukkan bahwa brief eksternal berfungsi sebagai jembatan antara kebutuhan klien dan kemampuan organisasi dalam merumuskan pendekatan komunikasi yang sesuai dengan situasi pasar dan dinamika publik.

Dalam prakteknya, brief dari klien tidak selalu hadir dalam bentuk dokumen tertulis yang lengkap. Banyak informan menjelaskan bahwa komunikasi informal, seperti percakapan singkat, pertemuan daring, atau bahkan interaksi *nonverbal*, sering kali justru memberikan informasi paling bernilai. Melalui cara penyampaian, intonasi, dan penekanan kata, konsultan dapat menangkap makna implisit tentang nilai, prioritas, dan kekhawatiran klien yang tidak selalu tercermin dalam teks. Proses ini menuntut sensitivitas interpersonal yang tinggi, karena keberhasilan memahami brief sering kali bergantung pada kemampuan konsultan membaca sinyal-sinyal halus dalam komunikasi klien.

Selain sebagai panduan awal untuk menyusun strategi, briefing eksternal juga memiliki fungsi penting dalam membangun kesadaran tim terhadap konteks regulatif dan isu publik yang mungkin memengaruhi jalannya kampanye. Misalnya, ketika menangani klien di bidang keamanan siber, tim Bening *Communication* harus terlebih dahulu memahami Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi dan kebijakan teknologi informasi yang berlaku agar strategi komunikasi tidak bertentangan dengan regulasi. Dalam konteks ini, briefing menjadi tahap krusial untuk memastikan bahwa rencana komunikasi tidak hanya efektif secara pesan, tetapi juga etis dan sesuai dengan kerangka hukum (Vina Ramitha, 2025).

Jadi bisa kita tarik kesimpulan bahwa, *briefing* eksternal dapat disimpulkan sebagai proses interpretatif dan analitis yang menghubungkan ekspektasi klien dengan kapasitas organisasi. Ia tidak hanya menyediakan arah strategis, tetapi juga menjadi mekanisme penyalarsan nilai, risiko, dan peluang komunikasi antara pihak agensi dan klien. Tahap ini memastikan bahwa setiap langkah

selanjutnya, mulai dari riset hingga produksi konten, berjalan dalam kerangka pemahaman yang sama dan selaras dengan tujuan strategis yang telah disepakati.

4.1.3. Bentuk dan Media *Briefing* Eksternal

Bentuk penyampaian *brief* dari klien di *Bening Communication* bervariasi tergantung pada jenis proyek, karakter organisasi, serta tingkat kedekatan hubungan kerja antara agensi dan klien. Pada klien yang sudah lama bekerja sama, *briefing* biasanya dilakukan dengan cara yang lebih praktis dan informal, seperti melalui email atau pertemuan daring rutin (*regular call*). Namun, untuk klien baru atau proyek besar dengan tingkat kompleksitas tinggi, proses *briefing* dilakukan secara lebih formal melalui pertemuan tatap muka atau virtual meeting resmi yang diikuti dengan pengiriman dokumen pendukung. Temuan ini menunjukkan bahwa *briefing* bukan hanya instruksi kerja awal, tetapi juga berfungsi sebagai proses diplomatik yang memperkuat kepercayaan dan profesionalitas hubungan antara klien dan agensi. Vitria Tenri Melle, *PR Consultant*, menjelaskan bahwa cara penyampaian *brief* sangat bergantung pada konteks dan tingkat kedekatan kerja. Ia mengatakan,

“Brief dari klien biasanya disampaikan dengan berbagai cara. Untuk aktivitas seperti media briefing, umumnya lewat email atau virtual meeting. Pada klien lama lebih sering lewat email atau WIP call, sedangkan untuk klien baru biasanya lewat meeting call diikuti pengiriman materi pendukung” (Vitria Tenri Melle, 2025).

Penjelasan ini memperlihatkan bahwa fleksibilitas dalam memilih media komunikasi menjadi hal penting, karena setiap metode membawa dinamika yang berbeda dalam membangun kesepahaman awal dan efisiensi kerja.

Selain fungsi informatifnya, *briefing* eksternal juga sering kali menjadi ruang negosiasi awal yang menentukan arah kerja sama antara klien dan agensi. Dalam tahap ini, ekspektasi kedua belah pihak disesuaikan agar tujuan proyek dapat dicapai secara realistis. Para informan menilai bahwa proses diskusi dalam *briefing* membantu menjembatani kesenjangan antara kapasitas agensi dengan harapan klien, terutama dalam hal tenggat waktu, ukuran keberhasilan, dan ketersediaan sumber daya.

Asteria Theresia menambahkan bahwa keberhasilan *briefing* juga sangat dipengaruhi oleh kesiapan konsultan sebelum pertemuan. Ia menekankan pentingnya melakukan riset pendahuluan agar sesi *briefing* berjalan efektif dan berfokus pada isu strategis. Menurutnya, konsultan idealnya sudah memahami latar belakang perusahaan, posisi industri, dan isu yang relevan sebelum bertemu klien, karena hal itu akan membuat pembicaraan lebih tajam dan produktif (Asteria Theresia, 2025).

Maka, *briefing* eksternal menjadi titik awal transfer informasi, dan juga elemen kerja yang penting untuk membangun kesepahaman dan kredibilitas profesional antara klien dan agensi. Melalui bentuk dan media yang beragam, mulai dari email, panggilan daring, hingga pertemuan resmi, proses ini menciptakan landasan yang kuat bagi perumusan strategi komunikasi yang lebih terarah dan adaptif terhadap kebutuhan setiap proyek.

4.1.4. Briefing Internal: Proses Interpretasi dan Koordinasi

Setelah menerima *brief* dari klien, tahap berikutnya yang hampir selalu muncul dalam wawancara adalah *briefing* internal. Proses ini menjadi titik penting dalam siklus kerja Bening *Communication* karena berfungsi sebagai ruang untuk menafsirkan arahan klien dan menerjemahkannya ke dalam rencana kerja yang lebih konkret. Pada tahap ini, komunikasi eksternal yang bersifat strategis diubah menjadi langkah-langkah operasional yang melibatkan berbagai divisi. *Briefing* internal memastikan bahwa setiap anggota tim memahami konteks dan arah yang sama, sehingga proses kerja menjadi lebih sinkron dan efisien.

Erza Dianti, *Head of Monitoring*, menjelaskan bahwa setiap kali *brief* masuk, biasanya diadakan rapat internal singkat untuk membahas langkah pertama yang harus dilakukan. Ia mengatakan,

“Begitu brief masuk, biasanya ada rapat internal singkat. Dari situ kita putuskan siapa yang akan monitoring, siapa yang riset, siapa yang menyiapkan data awal” (Erza Dianti, 2025).

Pernyataan ini menggambarkan bahwa *briefing* internal bukan sekadar pertemuan rutin, melainkan mekanisme penting untuk membangun koordinasi dan menentukan prioritas kerja berdasarkan informasi yang diterima dari klien.

Lebih jauh, *briefing* internal juga berfungsi menjaga konsistensi informasi antar divisi agar setiap bagian memiliki pemahaman yang seragam. Dengan adanya koordinasi yang terstruktur, potensi duplikasi pekerjaan atau miskomunikasi antar tim dapat diminimalisir. Para informan menegaskan bahwa tanpa proses ini, informasi mudah terdistorsi karena perbedaan interpretasi antar individu atau unit kerja. Selain itu, *briefing* internal membantu membangun akuntabilitas, karena setiap anggota tim mengetahui tanggung jawab dan target yang harus dicapai.

Dalam praktiknya, *briefing* internal tidak hanya berfungsi sebagai forum koordinasi, tetapi juga menjadi ruang ideasi awal. Di dalam tim konten, misalnya, sesi ini sering menjadi tempat munculnya gagasan baru terkait tone of voice, gaya komunikasi, maupun pendekatan kreatif yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan utama. Deddy Sinaga, *Content Manager*, menuturkan bahwa setelah menerima brief yang lengkap dari klien, ia biasanya langsung mengadakan sesi brainstorming untuk menyusun arah kreatif. Ia menjelaskan bahwa proses ini mencakup pembuatan outline konten serta penugasan anggota tim untuk melakukan riset cepat mengenai tren industri dan preferensi audiens (Deddy Sinaga, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa *briefing* internal juga berperan sebagai jembatan antara riset dan kreativitas, di mana informasi diolah menjadi strategi komunikasi yang relevan dan segar.

Selain sebagai ruang koordinasi dan ideasi, *briefing* internal juga berfungsi sebagai mekanisme refleksi organisasi. Banyak informan menyebutkan bahwa dalam pertemuan semacam ini, tim sering meninjau kembali hasil kampanye sebelumnya untuk mengidentifikasi kesalahan atau kendala yang pernah terjadi. Fitria Zahwa Aula, *Head of Media Relation*, menuturkan bahwa jika ada kampanye terdahulu yang kurang efektif, pengalaman tersebut akan dibahas secara singkat dalam sesi *briefing* internal agar strategi baru tidak mengulang kekeliruan yang sama (Fitria Zahwa Aula, 2025). Pendekatan ini memperlihatkan bahwa *briefing*

internal tidak hanya berorientasi pada pelaksanaan proyek baru, tetapi juga pada pembelajaran organisasi secara berkelanjutan.

Bisa kita katakan, *briefing* internal bisa berfungsi ganda, sebagai wadah koordinasi teknis dan sebagai ruang pembelajaran strategis. Melalui proses ini, organisasi dapat menjaga kesinambungan pengetahuan, meningkatkan efisiensi, serta memperkuat sinergi antardivisi. Setiap *briefing* internal tidak hanya mempersiapkan tim untuk menjalankan proyek secara efektif, tetapi juga memperkaya insights atau pengetahuan kolektif yang menjadi dasar bagi peningkatan kualitas strategi komunikasi di masa mendatang.

4.1.5. Briefing sebagai Mekanisme Penghubung Antar Fungsi

Temuan lapangan menunjukkan bahwa *briefing* internal di Bening *Communication* tidak hanya berfungsi untuk menyatukan arah kerja, tetapi juga menjadi mekanisme penghubung yang mengintegrasikan fungsi antar divisi, mulai dari riset, konten, *monitoring*, hingga *media relations*. Proses ini memastikan bahwa setiap bagian organisasi memahami konteks strategis yang sama dan bergerak dalam satu garis koordinasi. Dalam praktiknya, *briefing* menjadi semacam ruang sinkronisasi ide dan tanggung jawab, di mana hasil pengamatan dari satu tim menjadi dasar bagi tim lain untuk melanjutkan pekerjaan. Dari sini bisa ditarik kesimpulan, *briefing* tidak hanya mengatur alur komunikasi vertikal antara pimpinan dan staf, tetapi juga memperkuat kerja horizontal antar divisi yang memiliki peran saling melengkapi.

Bagi tim riset, *briefing* internal berfungsi sebagai filter yang mengarahkan pencarian data agar tetap fokus dan relevan dengan kebutuhan strategi. Tanpa arahan yang jelas, proses pengumpulan informasi berisiko menghasilkan data yang berlebihan atau tidak sesuai dengan konteks kampanye. Arief Burhanuddin menegaskan pentingnya fungsi ini dengan mengatakan bahwa

“kalau tidak ada *internal briefing*, riset yang saya lakukan bisa salah arah. *Briefing* itu semacam filter, memastikan semua orang tahu apa yang mau dicari” (Arief Burhanuddin, 2025).

Penjelasan tersebut memperlihatkan bahwa briefing bukan hanya mekanisme administratif, tetapi juga bagian dari sistem kontrol pengetahuan yang menjamin setiap langkah riset tetap selaras dengan tujuan strategis organisasi.

Bagi manajemen tingkat atas, hasil briefing menjadi rujukan utama dalam proses pengambilan keputusan, termasuk saat melakukan penyuntingan atau finalisasi konten. Didin Nasiruddin menjelaskan bahwa setiap keputusan editorial selalu dikaitkan dengan strategi komunikasi yang telah disepakati sebelumnya bersama klien. Ia menuturkan,

“yang pertama kali saya lihat adalah kesesuaian antara konten dengan strategi komunikasi dan key messages yang disepakati dengan klien” (Didin Nasiruddin, 2025).

Hal tersebut menunjukkan bahwa briefing tidak hanya berhenti di tahap perencanaan, tetapi juga memiliki fungsi retrospektif, menjadi tolok ukur kesesuaian antara strategi awal dan hasil akhir yang diproduksi tim.

Lebih jauh, *briefing* juga berperan penting dalam proses pembelajaran internal. Bagi staf baru, mengikuti briefing menjadi kesempatan untuk memahami cara kerja agensi sekaligus menyerap pola berpikir para senior. Banyak di antara mereka yang belajar bukan melalui dokumen tertulis, tetapi melalui partisipasi langsung dalam proses diskusi dan pengambilan keputusan. Salah satu informan, Vitria Tenri Melle (2025), menyebut bahwa saat awal bergabung, ia tidak menerima standar prosedur tertulis, sehingga sebagian besar pemahaman diperoleh dengan mengikuti rapat dan sesi briefing bersama konsultan senior. Hal ini menunjukkan bahwa *briefing* telah menjadi sarana transmisi pengetahuan implisit yang menghubungkan generasi pekerja di dalam organisasi.

Jadi, briefing internal di Bening *Communication* dapat dipahami sebagai mekanisme integral yang menjalankan tiga fungsi sekaligus: koordinasi lintas fungsi, validasi keputusan strategis, dan pembelajaran organisasi. Melalui praktek ini, agensi mampu menjaga kohesi antar tim, memastikan setiap keputusan berakar pada strategi yang disepakati, serta mentransfer pengetahuan dan nilai-nilai kerja antar individu dalam sistem yang dinamis dan berkelanjutan.

4.1.6. Dokumentasi Briefing dan Pengelolaan Informasi

Hampir semua informan menegaskan pentingnya dokumentasi hasil briefing agar proses kerja lebih transparan, terstruktur, dan mudah ditelusuri lintas divisi. Dokumentasi dipandang sebagai alat kontrol sekaligus arsip pengetahuan yang membantu tim menjaga kontinuitas pekerjaan, terutama ketika proyek berlangsung dalam jangka panjang atau melibatkan banyak pihak. Namun, bentuk dokumentasi di Bening *Communication* masih bervariasi antar divisi dan individu, tergantung pada kebiasaan serta karakter pekerjaan masing-masing.

Untuk kebutuhan koordinasi formal, sebagian besar tim menggunakan email dan *Minutes of Meeting (MoM)* sebagai sarana pencatatan hasil *briefing*. Format ini dinilai paling aman dan mudah diakses kembali ketika dibutuhkan untuk verifikasi atau laporan. Ria (2025) menjelaskan: bahwa pembagian tugas biasanya dilakukan melalui email agar memiliki jejak yang jelas secara visibilitas dan dapat menjadi pengingat bersama bagi seluruh anggota tim. Ia menambahkan bahwa komunikasi cepat tetap difasilitasi melalui grup WhatsApp untuk mempermudah koordinasi harian dan mempercepat proses tindak lanjut. Praktik ini menunjukkan bahwa keseimbangan antara dokumentasi formal dan komunikasi *real-time* menjadi penting efektivitas kolaborasi di lingkungan kerja yang dinamis seperti agensi PR.

Sementara itu, beberapa tim juga mengembangkan bentuk dokumentasi yang lebih praktis dan operasional. Di unit konten, misalnya, hasil diskusi dan brainstorming sering dituangkan dalam *to-do list* atau *assignment list* yang disusun berdasarkan tanggung jawab setiap anggota tim. Vitria Tenri Melle (2025) menyebut bahwa hasil diskusi sering kali dicatat dalam bentuk MoM, namun untuk keperluan delegasi dan pemantauan kemajuan, ia lebih memilih menggunakan daftar tugas yang dapat diperbarui secara berkala. Pola semacam ini menegaskan bahwa dokumentasi bukan hanya alat administratif, tetapi juga sarana manajemen kerja yang memungkinkan proses koordinasi berlangsung lebih adaptif dan efisien.

Lebih lanjut, divisi riset dan data cenderung mengandalkan platform kolaboratif berbasis digital untuk menjaga konsistensi format dan keteraturan data. Anisa Maryani (2025) menjelaskan bahwa timnya menggunakan format terstandar untuk setiap proyek, yang mencakup elemen seperti nama media, tanggal publikasi,

headline, dan *summary*. Standarisasi ini bertujuan agar setiap anggota tim dapat memahami data dengan mudah, sekaligus memudahkan proses analisis lintas proyek. Pendekatan digital ini juga memungkinkan proses dokumentasi berlangsung secara sinkron antar divisi, mempercepat distribusi informasi, dan memperkuat akurasi data yang digunakan dalam penyusunan strategi komunikasi.

Di samping itu, digitalisasi dan sistem dokumentasi yang konsisten di Bening *Communication* tidak hanya membantu efisiensi koordinasi, tetapi juga memastikan keberlanjutan proyek jangka panjang. Setiap bentuk catatan, baik email, MoM, *to-do list*, maupun database kolaboratif, berkontribusi dalam membangun *organizational memory* yang menjadi fondasi penting bagi pembelajaran institusional dan pengembangan strategi berikutnya.

4.1.7. Briefing sebagai Ruang Pembentukan Insight Kolektif

Selain berfungsi sebagai mekanisme koordinatif, briefing berperan penting dalam membentuk *shared insight* di antara anggota tim. Proses diskusi internal memungkinkan kolaborasi lintas divisi, antara riset, konten, media, dan *monitoring*, yang masing-masing membawa perspektif berbeda terhadap permasalahan komunikasi yang dihadapi klien. Melalui interaksi ini, briefing menjadi arena pertukaran ide dan refleksi bersama yang memperkaya pemahaman tim terhadap konteks kampanye.

Asteria Theresia (2025) menjelaskan bahwa setelah mempelajari *brief* dari klien, tim biasanya melakukan riset mendalam sebelum seluruh temuan dibahas bersama dalam rapat internal. Dalam sesi tersebut, setiap anggota menyumbangkan sudut pandang berdasarkan perannya, sehingga strategi yang dirumuskan tidak hanya relevan dengan tujuan klien tetapi juga responsif terhadap dinamika media dan publik. Hal ini menunjukkan bahwa *briefing* berfungsi sebagai proses dialogis di mana data faktual dipertemukan dengan pengalaman profesional dan intuisi kreatif untuk menghasilkan arah komunikasi yang lebih komprehensif.

Rima Lesmanawati (2025) menambahkan bahwa setelah sesi diskusi dan *brainstorming*, tim melakukan *regrouping* untuk meninjau kembali rancangan strategi dan memastikan apakah hasil kerja sudah menjawab ekspektasi yang

disampaikan oleh klien. Tahap ini menjadi semacam validasi bersama, di mana strategi yang telah disusun diuji melalui perspektif kolektif sebelum diimplementasikan. Praktek semacam ini menunjukkan bahwa *briefing* tidak berhenti pada fungsi informatif, tetapi berkembang menjadi mekanisme reflektif yang memperkuat kualitas pengambilan keputusan strategis.

Sebagai tambahan, *briefing* di Bening *Communication* berperan sebagai titik temu antara data, pengalaman, dan kreativitas. Ia tidak hanya menjadi ruang pertukaran informasi, tetapi juga wadah pembentukan makna bersama yang menegaskan karakter kolaboratif dari proses perancangan strategi komunikasi. Dalam konteks ini, *briefing* berfungsi layaknya “mesin kolektif” yang menggabungkan rasionalitas analitis dengan sensibilitas kreatif, menghasilkan strategi yang tidak hanya efektif secara teknis, tetapi juga kuat secara konseptual dan kontekstual.

4.1.8. Tantangan dalam Pelaksanaan *Briefing*

Meskipun seluruh informan mengakui bahwa *briefing* merupakan tahap yang sangat penting dalam alur kerja Bening *Communication*, pelaksanaannya di lapangan belum sepenuhnya berjalan ideal. Proses yang seharusnya menjadi fondasi koordinasi dan penyamaan arah ini kerap menghadapi berbagai hambatan yang bersifat struktural maupun praktis. Tantangan yang paling sering disebutkan meliputi belum adanya *Standard Operating Procedure (SOP)* tertulis, keterbatasan waktu, serta variasi partisipasi antar anggota tim. Ketiga faktor tersebut membuat efektivitas *briefing* sangat bergantung pada inisiatif individu dan gaya kerja masing-masing konsultan.

Beberapa informan menyebut bahwa belum adanya SOP yang baku menyebabkan proses *briefing* tidak memiliki format yang seragam antar proyek maupun antar divisi. Karyawan baru sering kali harus belajar dari observasi dan pengalaman langsung, bukan dari pedoman tertulis. Vitria Tenri Melle (2025) menuturkan bahwa sebagai karyawan baru, ia tidak menerima standar prosedur tertulis mengenai proses konsultasi dan *briefing*, sehingga sebagian besar

pengetahuan ia peroleh melalui observasi serta keterlibatan langsung dalam rapat bersama senior. Ia menambahkan bahwa

“sering kali informasi penting yang disampaikan dalam briefing hanya diingat secara lisan, padahal kalau ada panduan tertulis, pekerjaan bisa lebih cepat dan jelas” (Melle, 2025).

Situasi ini menggambarkan bahwa proses alih pengetahuan di Bening *Communication* masih bersifat informal, bergantung pada interaksi antar individu, bukan pada sistem yang terstruktur.

Selain masalah prosedural, keterbatasan waktu juga menjadi kendala utama dalam pelaksanaan briefing. Dalam industri komunikasi yang dinamis, klien sering menuntut respons cepat dan tenggat waktu yang ketat. Akibatnya, briefing internal maupun eksternal sering dilakukan dalam waktu singkat tanpa ruang diskusi mendalam. Rima Lesmanawati (2025) menjelaskan bahwa salah satu tantangan terbesar muncul ketika klien memberikan waktu kurang dari dua minggu untuk merancang program komunikasi lengkap. Dalam kondisi semacam itu, tim harus bekerja cepat, dan sesi briefing sering kali berubah menjadi kegiatan pembagian tugas singkat ketimbang forum pemetaan strategi yang komprehensif.

Dari temuan di lapangan, perbedaan gaya kerja antar konsultan senior juga turut memengaruhi kualitas briefing. Setiap individu memiliki cara tersendiri dalam mengelola informasi dan berkomunikasi dengan tim, sehingga terjadi variasi dalam format, kedalaman diskusi, dan hasil dokumentasi. Dalam beberapa kasus, briefing hanya dilakukan secara verbal tanpa notulen atau dokumen pendukung, yang kemudian menyulitkan proses pelacakan ketika strategi perlu direvisi di tengah pelaksanaan proyek. Tidak adanya sistem dokumentasi standar membuat informasi penting rentan hilang, terutama ketika proyek berpindah tangan atau melibatkan tim baru.

Berbagai tantangan-tantangan di atas menunjukkan bahwa meskipun briefing telah diakui sebagai pilar utama dalam pengorganisasian informasi, pelaksanaannya masih membutuhkan penguatan sistemik. Diperlukan SOP yang baku untuk memastikan konsistensi proses, alokasi waktu yang memadai untuk menjamin kualitas diskusi, serta mekanisme dokumentasi yang seragam agar setiap

keputusan strategis dapat ditelusuri dengan mudah. Dengan membenah di tiga aspek tersebut, struktur, waktu, dan dokumentasi, fungsi *briefing* sebagai instrumen koordinasi dan refleksi dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.

4.1.9. Praktek Ideal Menurut Para Informan

Ketika diminta menggambarkan bentuk briefing yang ideal, hampir semua informan memberikan pandangan yang relatif seragam, bahwa *briefing* seharusnya dijalankan secara sistematis, terdokumentasi dengan baik, dan melibatkan seluruh anggota tim lintas divisi. Bagi mereka, briefing yang ideal bukan sekadar forum penyampaian informasi, tetapi sebuah proses terstruktur yang memastikan setiap individu memahami arah strategis organisasi secara menyeluruh. Standarisasi menjadi kata penting yang paling sering disebut, karena tanpa format dan prosedur yang jelas, kualitas komunikasi antar tim berisiko tidak konsisten.

Vina Ramitha (2025) menegaskan pentingnya keberadaan *template* baku yang dapat digunakan untuk semua jenis proyek, terutama untuk memastikan tidak ada aspek penting yang terlewat. Ia menyatakan bahwa

“akan lebih baik kalau ada template standar yang memuat poin-poin wajib seperti tujuan komunikasi, audiens target, batasan regulasi, dan indikator keberhasilan.” (Vina Ramitha 2025)

Pandangan ini memperlihatkan bahwa sistematika dalam *briefing* berfungsi sebagai peta navigasi yang mengarahkan seluruh anggota tim pada pemahaman yang sama, sekaligus meminimalkan risiko miskomunikasi yang sering muncul ketika proyek berjalan cepat dan melibatkan banyak pihak.

Selain pentingnya format standar, para informan juga menganggap penting perlunya dokumentasi digital agar hasil briefing dapat diakses lintas divisi secara efisien. Deddy Sinaga (2025) menilai bahwa notulen atau *mind map* dari hasil rapat harus dibagikan kepada seluruh tim, karena jika hanya disampaikan secara lisan, banyak *insight* penting yang akan hilang di tengah proses kerja. Dalam konteks ini, dokumentasi berperan bukan hanya sebagai catatan administratif, tetapi sebagai

bentuk manajemen pengetahuan yang memperkuat akuntabilitas dan kesinambungan informasi dalam organisasi.

Di sisi lain, beberapa informan menekankan pentingnya memanfaatkan platform kolaboratif agar hasil briefing tidak berhenti sebagai dokumen statis, tetapi dapat langsung diintegrasikan dengan rencana kerja operasional. Anisa Maryani (2025) menyebut bahwa penggunaan platform seperti *Trello* atau *Notion* membantu menjaga keterhubungan antara hasil *briefing* dengan pembagian tugas harian, sekaligus memudahkan pemantauan progres. Pendekatan ini menunjukkan adanya kesadaran akan pentingnya digitalisasi proses kerja, di mana *briefing* tidak lagi dipandang sebagai kegiatan terpisah, melainkan bagian dari alur kerja yang berkesinambungan.

Dalam konteks manajemen strategis, *briefing* ideal juga berfungsi sebagai ruang validasi awal bagi strategi yang akan dijalankan. Proses ini tidak hanya memastikan pemahaman bersama, tetapi juga menjadi titik awal penyelarasan antara klien dan tim internal melalui pertemuan yang lebih terstruktur. Fitria Zahwa Aula (2025) menggarisbawahi bahwa

“idealnya ada template dan tools standar untuk riset dan analisis, serta kick-off meeting terstruktur antara klien dan internal.” (Fitria Zahwa Aula 2025)

Dengan cara ini, briefing tidak hanya menjadi sarana transfer informasi, tetapi juga forum penyusunan komitmen strategis bersama sebelum proyek berjalan. Dari seluruh pandangan informan, dapat disimpulkan bahwa praktik ideal briefing mencakup empat elemen utama: standarisasi format, dokumentasi digital, kolaborasi lintas divisi, dan validasi strategi. Keempatnya saling melengkapi dalam menciptakan sistem kerja yang terukur, transparan, dan adaptif terhadap dinamika industri komunikasi. Dengan penerapan prinsip-prinsip tersebut, *briefing* tidak lagi sekadar tahap awal, tetapi menjadi instrumen strategis yang memastikan setiap langkah organisasi berlandaskan pada koordinasi, kejelasan, dan pembelajaran bersama.

4.1.10. Kesimpulan Temuan Lapangan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa briefing, baik eksternal maupun internal, memiliki posisi sentral dalam sistem pengorganisasian informasi di *Bening Communication*. *Briefing* eksternal berfungsi sebagai sumber arah strategis, kesepahaman, dan kontrak informasi antara klien dan agensi. Melalui proses ini, tim memperoleh gambaran awal tentang tujuan komunikasi, target audiens, hingga batasan regulatif yang harus diikuti dalam perancangan strategi. *Briefing* eksternal tidak hanya menjadi mekanisme pertukaran informasi, tetapi juga arena pembentukan kepercayaan dan penyelarasan nilai antara pihak klien dan tim agensi.

Satu hal lain yang menarik, briefing internal menjadi ruang interpretasi dan koordinasi antardivisi. Di tahap ini, informasi yang diterima dari klien diolah kembali agar sesuai dengan konteks kerja masing-masing tim, riset, konten, media relations, dan monitoring. Proses ini memastikan setiap anggota tim memahami arah strategis proyek, perannya dalam keseluruhan struktur kerja, serta keterkaitan antara tugas individu dan tujuan organisasi. Dalam konteks tersebut, briefing berfungsi bukan hanya sebagai kegiatan administratif, melainkan sebagai proses manajemen pengetahuan yang menjaga kesinambungan informasi di dalam organisasi.

Tanpa proses briefing yang baik, risiko yang muncul adalah salah arah dalam riset, ketidakefisienan dalam pembagian kerja, serta ketidaksesuaian antara output konten dengan tujuan komunikasi klien. Informasi yang tidak tersampaikan dengan jelas di tahap awal dapat menimbulkan duplikasi kerja, kesalahan interpretasi pesan, bahkan menurunkan efektivitas kampanye komunikasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, keberhasilan strategi komunikasi sangat bergantung pada kualitas proses briefing sebagai fondasi koordinasi lintas fungsi.

Meskipun pelaksanaannya sudah berjalan efektif, hasil penelitian juga mengungkap bahwa standarisasi dan dokumentasi masih perlu diperkuat agar fungsi *briefing* dapat berperan optimal sebagai sistem koordinasi pengetahuan di dalam agensi. Penggunaan template baku, digitalisasi catatan rapat, serta penyimpanan data secara terintegrasi menjadi kebutuhan mendesak untuk menjaga konsistensi dan aksesibilitas informasi. Dengan perbaikan tersebut, briefing dapat

bertransformasi dari sekadar rutinitas kerja menjadi instrumen strategis yang memastikan keterhubungan antara data, ide, dan tindakan di seluruh lini organisasi.

4.2. PROSES PENCARIAN DAN PENGUMPULAN INFORMASI

4.2.1. Pencarian dan Pengumpulan Informasi sebagai Fondasi Strategi

Berdasarkan hasil wawancara dengan sepuluh informan dari berbagai posisi di Bening *Communication*, mulai dari konsultan senior hingga kepala divisi riset dan konten, terlihat kesepahaman bahwa proses pencarian dan pengumpulan informasi merupakan fondasi utama dalam penyusunan strategi komunikasi. Hampir semua informan menyebut tahap ini sebagai bagian yang paling menentukan arah strategi, bahkan sebelum tim masuk ke tahap perencanaan taktis, produksi konten, atau distribusi media.

Proses ini tidak hanya berfungsi sebagai pencarian dan pengumpulan data mentah, tetapi juga menjadi momen konseptual di mana tim membangun pemahaman bersama tentang masalah yang dihadapi klien, konteks sosial yang mengitarinya, serta kemungkinan strategi yang bisa ditempuh. Para informan menggambarkan bahwa tanpa pencarian dan pengumpulan informasi yang matang, keseluruhan strategi komunikasi berisiko kehilangan arah, tidak terhubung dengan kenyataan pasar, atau sekadar menjadi bentuk komunikasi simbolik tanpa efektivitas praktis. Bagi konsultan senior, aktivitas pencarian dan pengumpulan informasi ibarat membuka peta sebelum melakukan perjalanan. Dari titik ini, mereka baru dapat menentukan arah, memilih jalur paling efisien, serta memperkirakan hambatan yang mungkin muncul. Informasi menjadi bahan bakar bagi analisis, dan analisis itulah yang nantinya akan diterjemahkan menjadi strategi komunikasi.

“Seluruh proses penyusunan strategi dimulai dengan mengumpulkan informasi, baik dari brief klien maupun dari riset internal. Kalau tidak, kita tidak tahu ke mana arah besar strategi akan berjalan.” (Vina Ramitha, Senior PR Consultant, 2025)

Kutipan tersebut memperlihatkan bahwa aktivitas mencari dan mengumpulkan informasi bukan sekadar bagian awal dari proses kerja, melainkan

pijakan strategis yang menentukan kualitas seluruh tahapan berikutnya. Dalam konteks Bening *Communication*, informasi dipandang bukan hanya sebagai data, melainkan juga sebagai bentuk pengetahuan yang memberi arah pada praktek komunikasi profesional.

4.2.2. Sumber Informasi Eksternal

1. Brief Klien sebagai Pintu Masuk Utama

Dalam hampir semua wawancara, para informan menyebut bahwa sumber utama informasi di Bening *Communication* berasal dari klien. Proses kerja selalu dimulai dari apa yang disebut sebagai brief eksternal, yaitu arahan awal yang diberikan oleh klien dalam bentuk dokumen, email, atau pertemuan langsung. *Brief* ini biasanya berisi gambaran mengenai tujuan komunikasi, target audiens, *key messages* yang diharapkan, hingga batasan-batasan tertentu yang harus diperhatikan oleh tim.

Namun, berbeda dengan praktek di banyak agensi lain, Bening *Communication* tidak memperlakukan brief sebagai instruksi yang bersifat final. Para konsultan senior menjelaskan bahwa brief selalu menjadi dokumen hidup, yang perlu diperkaya dengan data dan riset tambahan agar strategi komunikasi yang disusun tidak sekedar mencerminkan pandangan sepihak dari klien, melainkan juga berpatokan pada realitas sosial dan ekonomi yang aktual.

“Brief bisa datang lewat dokumen atau diskusi. Itu hanya dasar awal; setelah itu kami lengkapi dengan riset tambahan agar strateginya objektif dan kontekstual.” (Vina Ramitha, Senior PR Consultant, 2025)

Proses memperkaya *brief* ini biasanya dilakukan melalui kombinasi antara pencarian dan pengumpulan data sekunder, observasi media, dan wawancara informal dengan pihak-pihak yang relevan. Beberapa informan bahkan menyebut bahwa cara klien menyampaikan *brief*, *tonality*, penekanan, atau ekspresi, sering kali mengandung informasi implisit yang justru lebih penting dibanding isi dokumen itu sendiri.

Bagi Bening *Communication*, *brief* eksternal bukan sekadar permintaan kerja, tetapi titik awal untuk memahami cara berpikir klien dan bagaimana mereka

memaknai citra, reputasi, serta hubungan dengan publiknya. Dari sinilah proses pengumpulan informasi berkembang menjadi kegiatan yang lebih luas dan reflektif

2. Pemantauan Regulasi dan Kebijakan

Selain berangkat dari brief, tim di Bening *Communication* juga menganggap penting untuk memahami konteks regulatif dan kebijakan publik yang berkaitan dengan industri klien. Informasi mengenai undang-undang, peraturan pemerintah, dan kebijakan baru diperlakukan sebagai bagian dari lingkungan strategis yang harus diantisipasi sejak awal perancangan strategi komunikasi. Bagi mereka, memahami kerangka hukum bukan hanya soal kepatuhan administratif, tetapi juga bagian dari upaya membangun kredibilitas komunikasi dan menjaga kepercayaan publik.

Dalam prakteknya, pendekatan ini terlihat jelas terutama pada klien-klien dari sektor yang diatur ketat, seperti keamanan siber, keuangan, atau energi. Para konsultan memastikan bahwa setiap pesan, narasi, dan materi publikasi telah disesuaikan dengan ketentuan hukum yang berlaku agar tidak menimbulkan potensi pelanggaran atau krisis reputasi. Pemahaman ini juga membantu tim mengidentifikasi isu sensitif yang perlu dihindari, serta memosisikan brand klien sebagai pihak yang taat regulasi dan bertanggung jawab secara sosial.

Vina Ramitha, *Senior PR Consultant* di Bening *Communication*, menjelaskan bahwa kehati-hatian terhadap kerangka regulatif menjadi bagian penting dalam proses awal penyusunan strategi. Menurutnya,

“Untuk klien keamanan siber, kami memantau lebih dulu aturan seperti Undang-Undang Perlindungan Data sebelum menyusun strategi, karena itu menentukan cara kita bicara di publik” (Vina Ramitha, 2025).

Pernyataan ini menegaskan bahwa pencarian dan pengumpulan informasi regulatif tidak bersifat reaktif, melainkan proaktif, sehingga strategi komunikasi dapat disusun dengan mempertimbangkan batasan dan peluang yang diberikan oleh hukum.

Beberapa informan lain menambahkan bahwa konteks regulatif juga sering mempengaruhi pilihan isu, framing pesan, hingga bahasa komunikasi yang

digunakan dalam kampanye. Tim riset misalnya, memiliki peran penting dalam melakukan verifikasi silang antara data publik, kebijakan pemerintah, dan hasil riset internal untuk memastikan bahwa semua materi komunikasi konsisten dan akurat. Arief Burhanuddin, *Data & Research Officer*, menekankan pentingnya proses validasi ini dengan mengatakan bahwa

“Kami melakukan cross-check dengan tiga sumber utama: media terpercaya, penyedia statistik, dan penyedia regulasi” (Arief Burhanuddin, 2025).

Dari temuan ini terlihat bahwa pencarian dan pengumpulan informasi di *Bening Communication* tidak hanya berfokus pada dimensi komunikasi, tetapi juga mencakup aspek kehati-hatian dan kepatuhan terhadap lingkungan hukum serta etika publik. Dengan cara ini, proses pengorganisasian informasi menjadi bagian integral dari manajemen risiko strategis, yang memastikan bahwa pesan yang disampaikan ke publik tidak hanya relevan dan menarik, tetapi juga etis, aman secara hukum, dan sejalan dengan tanggung jawab profesional agensi.

3. Tren Industri dan Perilaku Konsumen

Selain berdasar pada brief dan regulasi, pencarian dan pengumpulan informasi di *Bening Communication* juga diarahkan untuk membaca perubahan pada tingkat industri serta perilaku konsumen. Hampir semua informan menegaskan bahwa pemahaman terhadap tren pasar, dinamika digital, dan pola konsumsi media merupakan prasyarat penting sebelum strategi komunikasi diformulasikan. Tim PR menyadari bahwa komunikasi yang efektif tidak hanya ditentukan oleh pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuan menyesuaikan diri dengan konteks sosial dan budaya audiens yang terus berubah.

Bagi tim konsultan, data tentang tren industri digunakan untuk menentukan posisi klien di tengah kompetisi yang semakin padat. Mereka berupaya memahami bagaimana brand lain beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen, terutama dalam penggunaan media digital dan platform interaktif. Informasi ini membantu agensi merancang pesan yang tidak hanya relevan, tetapi juga kompetitif di ruang publik yang penuh dengan konten serupa.

Asteria Theresia, *Senior PR Consultant*, menegaskan pentingnya riset berbasis tren sebagai dasar strategi komunikasi. Ia menjelaskan bahwa,

“Informasi yang kami cari mencakup tren pasar, perkembangan digital, dan perilaku konsumen. Tanpa itu, pesan yang kami buat bisa tidak relevan dengan audiens” (Asteria Theresia, 2025).

Dalam prakteknya, pencarian dan pengumpulan informasi semacam ini dilakukan melalui analisis laporan industri, pemantauan publikasi media besar, dan riset mendalam terhadap perubahan gaya hidup masyarakat.

Sementara itu, tim riset dan data di Bening *Communication* mengandalkan pendekatan yang lebih sistematis dengan memanfaatkan data kuantitatif dari lembaga terpercaya. Anisa Maryani, *Data & Research Officer*, menjelaskan bahwa

“Kami mengumpulkan data target audiens, demografi, psikografi, performa media sosial, serta sentimen publik dari sumber yang kredibel seperti BPS, Nielsen, dan Kompas” (Anisa Maryani, 2025).

Data semacam ini kemudian dikombinasikan dengan observasi kualitatif yang dihasilkan dari pemantauan media sosial, analisis tren percakapan, serta hasil wawancara atau focus group yang dilakukan secara ad hoc sesuai kebutuhan proyek.

Proses ini tidak hanya menghasilkan angka-angka statistik, tetapi juga insight kualitatif yang memperkaya pemahaman terhadap publik. Dari data tersebut, tim dapat membaca bagaimana audiens berinteraksi dengan media, menanggapi isu tertentu, serta menentukan jenis konten yang paling menarik perhatian mereka. Informasi ini menjadi bahan penting dalam menentukan tone, format, dan saluran komunikasi yang paling efektif.

Jadi, pencarian dan pengumpulan informasi tentang tren industri dan perilaku konsumen di Bening *Communication* memang lebih dari sekadar aktivitas riset, melainkan proses terintegrasi yang menggabungkan analisis pasar, pemahaman sosial, dan intuisi komunikasi. Pendekatan multidimensi ini membantu meyakinkan bahwa setiap strategi komunikasi tidak hanya berbasis data, tetapi juga berakar pada pemahaman mendalam terhadap dinamika masyarakat dan perubahan budaya digital yang terus berkembang.

4. Analisis Kompetitor dan *Benchmarking*

Informasi mengenai aktivitas kompetitor menjadi salah satu pilar penting dalam proses pengumpulan informasi di Bening *Communication*. Para konsultan menilai bahwa memahami langkah, strategi, dan isu yang diangkat oleh kompetitor merupakan bagian dari pembelajaran strategis untuk menentukan posisi komunikasi klien di tengah persaingan industri. Aktivitas ini dilakukan secara rutin dan sistematis melalui pemantauan media, analisis pemberitaan, serta observasi terhadap gaya komunikasi yang digunakan oleh brand lain dalam industri yang sama. Rima Lesmanawati, *Senior PR Consultant*, menjelaskan bahwa kegiatan pemantauan tersebut menjadi tahap awal yang wajib dilakukan sebelum menyusun pesan komunikasi. Menurutnya,

“Sebelum menyusun pesan, kami selalu melakukan desktop monitoring terhadap pemberitaan kompetitor dan tren industri” (Rima Lesmanawati, 2025).

Pernyataan ini menggambarkan bahwa analisis kompetitor bukan sekadar aktivitas tambahan, melainkan bagian dari mekanisme riset yang berorientasi pada ketajaman strategi.

Selain pemantauan media, proses *benchmarking* juga dilakukan untuk menilai efektivitas strategi komunikasi kompetitor. Tim mencoba membaca sentimen publik terhadap kampanye yang dijalankan pihak lain agar dapat mengidentifikasi peluang diferensiasi bagi klien. Seperti dijelaskan oleh Fitriah Zahwa Aula, *Head of Media Relation*,

“Analisis kompetitor dan sentimen publik terhadap isu relevan wajib dilakukan agar strategi komunikasi tepat sasaran dan tidak tumpang tindih” (Fitriah Zahwa Aula, 2025).

Melalui analisis ini, agensi dapat memahami bukan hanya apa yang dikerjakan pesaing, tetapi juga bagaimana publik meresponsnya.

Dari temuan ini terlihat bahwa analisis kompetitor di Bening *Communication* bersifat reflektif dan strategis. Tujuannya bukan untuk meniru, melainkan untuk menemukan ruang komunikasi yang khas dan relevan dengan identitas klien. Dengan kata lain, *benchmarking* berfungsi sebagai proses

pembelajaran organisasi yang membantu tim memahami arah industri sekaligus menjaga posisi klien agar tetap unik di tengah arus komunikasi publik yang homogen. Aktivitas ini juga memperkuat kapasitas adaptif agensi terhadap perubahan tren dan dinamika media yang bergerak cepat.

5.Data Statistik dan Publikasi Kredibel

Dalam proses pencarian dan pengumpulan informasi, validitas dan kredibilitas data menjadi prinsip utama yang dijaga ketat oleh seluruh tim di Bening *Communication*. Para informan menegaskan bahwa setiap strategi komunikasi harus didukung oleh sumber data yang dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis. Oleh karena itu, mereka hanya menggunakan data dari lembaga resmi seperti BPS, Nielsen, Kominfo, atau riset publikasi akademik dan media besar yang memiliki reputasi baik. Anisa Maryani, *Data & Research Officer*, menegaskan pentingnya seleksi ketat terhadap data dengan mengatakan,

“Kami hanya menggunakan data maksimal dua tahun terakhir dan selalu memeriksa metode serta sampelnya agar valid” (Anisa Maryani, 2025).

Pernyataan ini mencerminkan adanya kesadaran organisasi terhadap pentingnya relevansi dan akurasi data, terutama dalam konteks komunikasi publik yang menuntut kecepatan sekaligus ketepatan informasi.

Pendekatan ini menunjukkan bahwa Bening *Communication* telah menginternalisasi budaya kerja berbasis bukti (*evidence-based practice*). Data tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi menjadi dasar dalam setiap pengambilan keputusan strategis. Dengan cara ini, setiap rekomendasi komunikasi yang dihasilkan memiliki kekuatan argumentatif sekaligus legitimasi ilmiah. Selain memperkuat kepercayaan klien, praktek ini juga meningkatkan kredibilitas agensi di mata publik dan mitra industri.

Sebagai satu proses yang penting, penggunaan data statistik dan publikasi kredibel memperlihatkan bagaimana tim menempatkan riset dan verifikasi sebagai bagian integral dari profesionalisme komunikasi. Strategi yang dibangun dengan landasan empiris diyakini akan mampu menjawab kebutuhan komunikasi yang menjadi dirancang untuk sebuah program.

4.2.3. Sumber Informasi Internal

Selain sumber eksternal, Bening *Communication* juga memanfaatkan berbagai sumber internal yang dihasilkan dari proses kerja harian. Sumber informasi ini bersifat lebih dinamis dan kontekstual, karena muncul langsung dari pengalaman praktis, hasil kolaborasi antar-divisi, serta interaksi rutin yang terjadi selama proyek berlangsung. Informasi internal tidak hanya mendukung kelengkapan data, tetapi juga memperkaya dimensi interpretatif dalam perancangan strategi komunikasi.

1. *Monitoring Media Harian*

Tim *monitoring* menjadi ujung tombak dalam mendeteksi isu-isu terkini yang berpotensi mempengaruhi reputasi atau strategi komunikasi klien. Setiap hari, mereka melakukan penelusuran berita melalui mesin pencari dan portal utama seperti Kompas, Bisnis Indonesia, Tempo, dan Detik. Hasil pencarian tersebut kemudian diolah ke dalam format spreadsheet untuk memudahkan klasifikasi isu dan analisis cepat oleh tim lain. Erza Dianti, *Head of Monitoring*, menjelaskan bahwa

“Hasil monitoring kami catat di Google Sheets dan dikirim via email; kalau ada isu mendesak, kami langsung kirim lewat WhatsApp agar bisa segera ditindaklanjuti” (Erza Dianti, 2025).

Proses kerja seperti ini memastikan bahwa arus informasi tidak terhambat dan keputusan strategis dapat diambil dengan cepat.

Informasi yang dicari dan dikumpulkan oleh tim *monitoring* sering kali menjadi elemen pemicu bagi tim strategi untuk meninjau ulang arah komunikasi atau menyiapkan respons terhadap perubahan wacana publik. Dalam konteks tertentu, laporan harian ini juga berfungsi sebagai sistem peringatan dini (*early warning system*), memungkinkan tim PR melakukan mitigasi sebelum isu berkembang menjadi krisis. Selain itu, praktik *monitoring* harian ini memperlihatkan bagaimana tim mengintegrasikan aktivitas pengumpulan

informasi dengan kewaspadaan reputasional, menjadikannya bagian penting dari proses intelijen komunikasi organisasi.

2. Insight dari Tim Konten

Selain data faktual yang bersumber dari tim *monitoring*, *insight* dari tim konten juga memainkan peran vital dalam pengumpulan informasi. Sumber ini lahir dari kegiatan kreatif dan observasi yang dilakukan secara terus-menerus terhadap tren sosial, perilaku audiens, dan dinamika media digital. Banyak ide strategis justru berawal dari hasil diskusi santai, *brainstorming* mingguan, atau pengamatan spontan terhadap fenomena di media sosial. Deddy Sinaga, *Content Manager*, mengungkapkan bahwa

“Kadang ide datang dari hal kecil yang kita lihat di media sosial, lalu kita bahas di tim, dan akhirnya jadi kampanye besar” (Deddy Sinaga, 2025).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa insight tidak selalu berasal dari riset formal, tetapi dapat muncul dari kepekaan terhadap dinamika kultural dan perilaku publik yang terus berubah.

Tim konten di Bening *Communication* berperan sebagai jembatan antara analisis data dan kreativitas. Mereka mengubah temuan pasar dan isu publik menjadi ide komunikasi yang relevan dan menarik, sering kali dengan memanfaatkan bahasa visual, narasi emosional, dan strategi distribusi multi-platform. Namun, karena sifatnya yang spontan dan informal, insight semacam ini sering kali bersifat ephemeral, mudah hilang jika tidak segera dicatat dan dibagikan secara sistematis.

Untuk mengatasi hal tersebut, beberapa anggota tim mulai membangun kebiasaan mencatat hasil *brainstorming* dalam bentuk ringkasan digital atau mind map yang disimpan bersama di platform kolaboratif. Langkah ini menunjukkan kesadaran akan pentingnya dokumentasi kreatif sebagai bagian dari proses pengorganisasian informasi internal. Dapat dipahami bahwa, Bening *Communication* tidak hanya mengandalkan riset formal, tetapi juga memelihara ekosistem pengetahuan yang tumbuh secara organik dari pengalaman harian dan interaksi kreatif timnya.

3.Desktop Research dan Observasi Lapangan

Selain mengandalkan data dari monitoring dan hasil briefing, Bening *Communication* juga aktif melakukan riset tambahan yang bersifat ad hoc atau situasional. Riset ini dijalankan untuk memperkaya konteks dan memperdalam pemahaman terhadap isu tertentu yang relevan dengan kebutuhan klien. Dalam prakteknya, *desktop research* dan observasi lapangan dilakukan dengan fleksibel oleh anggota tim, tergantung pada urgensi proyek atau kompleksitas permasalahan komunikasi yang dihadapi.

Vina Ramitha (2025), *Senior PR Consultant*, menjelaskan bahwa ia sering melengkapi brief dari klien dengan riset tambahan untuk mendapatkan perspektif yang lebih tajam terhadap isu yang sedang dikerjakan. Ia menyebut, “Saya kerap melengkapi brief klien dengan riset online dan obrolan singkat dengan narasumber industri.” Proses ini menunjukkan bahwa pendekatan riset di Bening *Communication* tidak bersifat formal dan birokratis, melainkan terintegrasi dalam aktivitas kerja sehari-hari sebagai bagian dari upaya memahami lanskap komunikasi yang dinamis.

Di sisi lain, tim riset dan data memiliki peran penting dalam menjaga akurasi hasil pencarian informasi. Arief Burhanuddin (2025), *Data & Research Officer*, menjelaskan bahwa ia biasa membuat *descriptive summary* dalam format tabel yang dilengkapi dengan tautan ke sumber data agar mudah diverifikasi dan digunakan kembali oleh tim lain. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi kerja, tetapi juga membantu menciptakan sistem dokumentasi internal yang transparan dan mudah ditelusuri.

Riset desktop dan observasi lapangan ini mencerminkan fleksibilitas tinggi dalam budaya kerja Bening *Communication*. Setiap anggota tim didorong untuk berperan sebagai peneliti sesuai dengan konteks tugasnya. Mereka tidak hanya bertugas mengeksekusi instruksi, tetapi juga berkontribusi dalam mengumpulkan dan menafsirkan informasi strategis. Jadi proses pencarian dan pengumpulan data tidak menjadi monopoli satu divisi, melainkan tanggung jawab kolektif seluruh tim dalam membangun dasar pengetahuan organisasi.

4.2.4. Briefing sebagai Jembatan Pencarian dan Pengumpulan Informasi

Dalam konteks yang lebih luas, *briefing* berfungsi sebagai jembatan penting antara proses pengumpulan dan pemanfaatan informasi di Bening *Communication*. Baik *briefing* eksternal maupun internal memiliki peran strategis yang saling melengkapi. *Briefing* eksternal memastikan tim memahami kebutuhan dan ekspektasi klien secara menyeluruh, sementara *briefing* internal berfungsi untuk mengonversi arahan tersebut menjadi rencana kerja yang lebih operasional.

Arief Burhanuddin (2025), *Data & Research Officer*, menekankan bahwa *briefing* internal sangat penting untuk menghindari kesalahan arah dalam riset. Ia menjelaskan, “Tanpa *briefing* internal, riset bisa salah arah. *Briefing* itu filter agar semua orang tahu apa yang dicari.” Melalui forum ini, setiap anggota tim memahami dengan jelas fokus pencarian data, indikator kinerja yang diharapkan, serta prioritas dalam pelaksanaan riset.

Hal senada disampaikan oleh Erza Dianti (2025), *Head of Monitoring*, yang menuturkan bahwa setiap kali brief dari klien masuk, langkah pertama yang dilakukan adalah mengadakan rapat internal singkat untuk menentukan pembagian peran dan timeline kerja. “Begitu brief masuk, biasanya kami langsung rapat internal untuk memutuskan siapa yang akan *monitoring*, siapa yang riset, siapa yang menyiapkan data awal.” Mekanisme seperti ini memastikan bahwa setiap pekerjaan dijalankan secara sistematis dan tidak terjadi tumpang tindih antar divisi.

Lebih dari sekadar forum koordinasi, *briefing* internal juga menjadi wadah refleksi di mana hasil pengumpulan informasi sementara dibahas untuk menilai relevansinya dengan arah strategi komunikasi yang sedang dikembangkan. Melalui proses ini, tim bisa menjaga konsistensi antara data yang dikumpulkan, analisis yang dilakukan, dan keputusan strategis yang diambil. Bisa ditarik garis kesimpulan, *briefing* bukan hanya prosedur administratif, tetapi mekanisme pembelajaran kolektif yang menjaga keberlanjutan siklus informasi dalam organisasi.

4.2.5. Teknologi dan Medium Kolaborasi

Dalam pengelolaan informasi sehari-hari, Bening *Communication* memanfaatkan teknologi yang sederhana namun efektif untuk mendukung koordinasi lintas divisi. *Google Sheets dan Google Docs* menjadi perangkat utama dalam proses kolaborasi, terutama untuk mencatat hasil riset, mengelola data, serta menyusun laporan bersama. Platform ini memberikan fleksibilitas bagi tim untuk memperbarui informasi secara *real-time*, terutama dalam proyek yang melibatkan banyak pihak.

Menurut Anisa Maryani (2025), *Data & Research Officer, Google Sheets dan Docs* menjadi perangkat utama kolaborasi, tapi hasil monitoring masih sering harus dipilah manual karena keterbatasan alat. Pernyataan ini memperlihatkan bahwa meskipun sistem kolaborasi digital sudah berjalan dengan baik, proses analisis data masih bergantung pada tenaga manusia karena keterbatasan fitur otomatisasi. Akibatnya, efektivitas kerja sering bergantung pada ketelitian individu, bukan sistem yang terintegrasi.

Google Drive menjadi repositori utama tempat seluruh dokumen proyek disimpan. Namun, belum adanya sistem penyimpanan terpusat membuat manajemen arsip masih bersifat desentralistik. Beberapa file disimpan di akun pribadi atau laptop masing-masing anggota tim, tergantung pada proyek dan tanggung jawab klien. Kondisi ini diakui oleh Erza Dianti (2025), *Head of Monitoring*, yang menjelaskan bahwa “hasil monitoring biasanya disimpan di *Google Drive* atau bahkan di laptop pribadi sesuai klien masing-masing, jadi kadang agak sulit dilacak kalau dibutuhkan mendadak.”

Praktek ini memperlihatkan bahwa meskipun Bening *Communication* telah beradaptasi dengan teknologi kolaborasi berbasis *cloud*, konsistensi dan standarisasi penyimpanan data masih menjadi tantangan utama. Tidak adanya sistem sentral membuat proses pencarian arsip membutuhkan waktu lebih lama, terutama ketika tim harus menyiapkan laporan mendadak untuk klien. Dalam konteks pengorganisasian informasi, situasi ini menggambarkan fase transisi dari sistem tradisional menuju digital yang belum sepenuhnya optimal.

Kondisi tersebut sekaligus menunjukkan bahwa efisiensi teknologi bukan hanya ditentukan oleh alat yang digunakan, tetapi juga oleh kedisiplinan dan

keseragaman prosedur penggunaannya. Tanpa regulasi internal yang jelas, bahkan teknologi sederhana seperti *Google Drive* bisa menimbulkan fragmentasi informasi. Karena itu, para informan menyarankan perlunya sistem penyimpanan terintegrasi yang dapat diakses lintas proyek, namun tetap menjaga keamanan dan hak akses setiap pengguna.

4.2.6. Tantangan dalam Pencarian dan Pengumpulan Informasi

Meskipun proses pencarian dan pengumpulan informasi sudah menjadi bagian integral dari budaya kerja di Bening *Communication*, praktek di lapangan menunjukkan sejumlah hambatan yang masih perlu diperbaiki. Tantangan utama berkaitan dengan struktur organisasi, kapasitas sumber daya manusia, serta volume data yang harus dikelola setiap hari.

Pertama, belum adanya *Standard Operating Procedure* (SOP) tertulis membuat setiap anggota tim mengandalkan kebiasaan dan arahan senior dalam menjalankan tugasnya. Vitria Tenri Melle (2025), *PR Consultant*, mengakui bahwa “saya tidak menerima SOP tertulis saat bergabung, jadi saya belajar mengikuti ritme kerja dan briefing dari senior.” Pernyataan ini menegaskan bahwa proses adaptasi bagi karyawan baru masih sangat bergantung pada pengalaman individu dan pembelajaran informal.

Kedua, ketergantungan terhadap konsultan senior memperlambat proses alih pengetahuan. Senior berperan sebagai pengambil keputusan utama dalam analisis strategis, sementara staf junior lebih banyak bertugas sebagai pengumpul data. Vina Ramitha (2025), *Senior PR Consultant*, menggambarkan situasi ini dengan analogi yang kuat:

“Ibarat dapur, junior menyiapkan bahan, sementara senior yang mengolahnya jadi strategi.” (Vina Ramitha, 2025),

Struktur kerja seperti ini menunjukkan bahwa pembagian peran di Bening *Communication* masih bersifat hierarkis, dengan jarak yang cukup lebar antara pemrosesan data dan pengambilan keputusan strategis.

Ketiga, tantangan juga muncul dari besarnya volume informasi yang bersumber dari media sosial dan portal berita. Data yang berlimpah sering kali sulit disaring, sehingga memperlambat proses analisis. Anisa Maryani (2025)

menekankan hal ini dengan menyebut bahwa “kalau tidak cepat disaring, kita bisa tenggelam dalam data. Jumlahnya terlalu banyak untuk dipilah manual.” Situasi ini mencerminkan gejala *information overload*, di mana ketersediaan data yang berlebihan justru menghambat kecepatan pengambilan keputusan.

Keempat, masalah penyimpanan data yang tidak terpusat masih menjadi hambatan teknis yang sering ditemui. Vitria Tenri Melle (2025) menjelaskan bahwa “arsip kami simpan per klien, tapi kalau tersebar di banyak tempat, pencarian bisa lama saat klien minta laporan mendadak.” Fragmentasi data semacam ini tidak hanya memperlambat pekerjaan, tetapi juga menimbulkan risiko kehilangan informasi penting yang seharusnya menjadi bagian dari memori organisasi.

Secara keseluruhan, tantangan-tantangan ini menunjukkan bahwa Bening *Communication* berada pada tahap perkembangan menuju sistem pengelolaan informasi yang lebih terstruktur dan modern. Upaya digitalisasi sudah terlihat jelas melalui penggunaan berbagai alat kolaborasi, namun tanpa SOP baku dan sistem penyimpanan terintegrasi, efektivitas pengumpulan informasi belum dapat mencapai potensi optimalnya. Dibutuhkan kombinasi antara kebijakan organisasi, peningkatan kapasitas SDM, dan investasi pada sistem manajemen data yang lebih adaptif agar alur informasi dapat berjalan lebih efisien dan berkelanjutan.

4.2.7. Praktek Ideal yang Diharapkan

Meskipun masih menghadapi berbagai keterbatasan teknis dan struktural, para informan di Bening *Communication* menunjukkan kesamaan pandangan tentang seperti apa praktek pencarian dan pengumpulan informasi yang ideal seharusnya dijalankan. Mereka sepakat bahwa tiga unsur utama, *standard operating procedure* (SOP) tertulis, platform kolaboratif digital, dan dokumentasi sistematis, merupakan fondasi penting untuk meningkatkan efisiensi serta akurasi kerja tim.

SOP dianggap sebagai instrumen yang mampu menjaga konsistensi dan mempercepat alur kerja di tengah dinamika proyek yang sering berubah. Dengan adanya panduan tertulis, setiap anggota tim memiliki acuan yang jelas dalam melakukan riset, mencatat data, hingga menyusun laporan. Fitriah Zahwa Aula

(2025), *Head of Media Relation*, menegaskan bahwa “SOP membantu kerja jadi konsisten dan cepat, apalagi saat kondisi mendesak.” Hal ini menunjukkan bahwa SOP bukan hanya kebutuhan administratif, tetapi juga alat yang memperkuat koordinasi dan respons organisasi terhadap tekanan waktu dari klien.

Selain SOP, para informan juga memposisikan pentingnya dokumentasi yang tertib dan dapat diakses oleh semua anggota tim. Dalam praktek sehari-hari, hasil briefing, riset, dan brainstorming sering kali tidak tercatat secara formal sehingga insight penting mudah terlupakan. Deddy Sinaga (2025), *Content Manager*, mengingatkan bahwa “kalau rapat hanya lisan, insight bisa hilang. Harus ada notulen atau mind map yang dibagikan ke semua tim.” Dokumentasi semacam ini berperan menjaga kesinambungan pengetahuan, terutama ketika terjadi pergantian personel atau ketika proyek harus dilanjutkan oleh tim lain.

Platform digital terintegrasi juga dinilai sangat krusial dalam mendukung praktek ideal pengumpulan informasi. Dengan satu sistem penyimpanan bersama, data tidak tersebar di berbagai perangkat pribadi atau akun individu. Kondisi ini diharapkan bisa meminimalisasi kehilangan arsip serta mempercepat proses kolaborasi antar-divisi. Anisa Maryani (2025), *Data & Research Officer*, menjelaskan bahwa

“kalau semua data ada di satu sistem, kita tidak perlu bolak-balik tanya atau cari file di laptop orang lain.” (Anisa Maryani, 2025),

Pandangan ini menggambarkan aspirasi untuk membangun sistem informasi internal yang lebih rapi, efisien, dan mudah dilacak. Namun, para informan juga menyadari bahwa penerapan sistem yang terlalu kaku tidak selalu cocok dengan karakter industri komunikasi yang serba cepat dan menuntut adaptasi tinggi. Arief Burhanuddin (2025), *Data & Research Officer*, mengingatkan bahwa

“tidak semua tahapan bisa dilakukan sempurna karena klien kadang minta data seketika. Jadi SOP tetap harus fleksibel.” (Arief Burhanuddin, 2025),

Pendekatan fleksibel ini menjadi penting agar prosedur tidak justru menjadi hambatan dalam menghadapi situasi dinamis seperti krisis media, perubahan brief mendadak, atau permintaan klien yang bersifat real-time.

Dari uraian tersebut, praktek ideal yang diharapkan bukanlah sistem yang kaku dan seragam, melainkan struktur kerja yang memberikan keseimbangan antara ketertiban prosedural dan kelincahan adaptif. SOP, dokumentasi, dan platform digital berfungsi sebagai fondasi, sementara fleksibilitas menjadi prinsip yang menjaga organisasi tetap responsif terhadap perubahan lingkungan eksternal.

4.2.8. Kesimpulan tentang pencarian dan pengumpulan informasi

Dari keseluruhan temuan lapangan dapat disimpulkan bahwa proses pencarian dan pengumpulan informasi di Bening *Communication* menempati posisi paling krusial dalam seluruh alur pengorganisasian informasi. Tahapan ini menjadi pondasi utama bagi keberhasilan strategi komunikasi karena menentukan ketepatan arah, kualitas analisis, dan efektivitas pelaksanaan kampanye.

Sumber informasi yang digunakan oleh tim sangat beragam, mulai dari brief klien, regulasi pemerintah, tren industri, hingga insight internal dari tim konten dan *monitoring*. Setiap elemen informasi tersebut diolah melalui kombinasi riset formal, observasi harian, serta diskusi lintas divisi. Meskipun sistem kerja kolaboratif telah terbentuk, proses pencarian dan pengumpulan informasi masih menghadapi kendala berupa ketiadaan SOP baku, fragmentasi penyimpanan data, dan ketergantungan pada pengalaman individu senior.

Namun demikian, terdapat kesadaran kolektif di antara para informan akan pentingnya pembenahan sistem agar lebih terstruktur dan berkelanjutan. Mereka menekankan bahwa ke depan, pencarian dan pengumpulan informasi sebaiknya dilengkapi dengan SOP tertulis yang jelas, platform penyimpanan data terintegrasi, serta mekanisme dokumentasi yang transparan dan mudah diakses. Dengan langkah tersebut, informasi tidak lagi berhenti sebagai bahan mentah, tetapi berkembang menjadi aset organisasi yang berfungsi untuk pembelajaran bersama dan inovasi strategi di masa mendatang.

Berbagai temuan di penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas pencarian dan pengumpulan informasi, selain bergantung pada kelengkapan data, juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi untuk membangun sistem yang menghubungkan pengetahuan individu menjadi kesadaran bersama. Melalui

kerjasama lintas divisi atau sinergi antara struktur, teknologi, dan budaya berbagi, Bening *Communication* dapat mewujudkan pengelolaan informasi yang efisien, dan adaptif terhadap perubahan lansekap komunikasi yang cepat dan kompleks.

4.3. PENATAAN INFORMASI

4.3.1. Posisi Penataan Informasi dalam Alur Kerja Strategis

Berdasarkan hasil wawancara, tahap penataan informasi dipahami oleh seluruh informan sebagai fase penghubung antara pencarian dan pengumpulan data ke perumusan strategi komunikasi. Jika pencarian dan pengumpulan informasi adalah tahap untuk mencari dan mengumpulkan berbagai data mentah, maka penataan informasi merupakan fase yang berfungsi untuk memberi struktur, makna, dan arah pada data tersebut.

Para konsultan di Bening *Communication* menyadari bahwa informasi yang melimpah dari berbagai sumber, baik eksternal seperti media dan riset pasar maupun internal seperti monitoring harian dan hasil brainstorming, tidak akan memberikan nilai strategis tanpa pengolahan yang sistematis. Karena itu, penataan informasi menjadi titik krusial di mana proses seleksi, klasifikasi, dan interpretasi dilakukan secara cermat agar informasi dapat diubah menjadi insight yang berguna.

Dalam prakteknya, tahap ini melibatkan upaya menemukan keterkaitan antar data serta mengidentifikasi pola yang relevan dengan konteks klien. Proses ini membutuhkan kemampuan berpikir kritis sekaligus kepekaan terhadap nuansa sosial dan politik yang mengiringi isu. Bagi tim konsultan, penataan informasi bukan hanya sekadar menyusun data ke dalam format tertentu, tetapi juga memaknainya, menemukan apa yang tersembunyi di balik angka, pernyataan, atau tren yang muncul. Asteria Theresia (2025), Senior PR Consultant, menegaskan pentingnya proses ini dengan menyatakan bahwa :

“kalau data sudah terkumpul, yang paling penting adalah cara kita menyusunnnya. Dari situ kita bisa lihat benang merahnya, apa yang sebenarnya ingin dicapai klien, dan apa yang sedang terjadi di publik.” Asteria Theresia (2025),

Pernyataan ini menunjukkan bahwa penataan informasi menjadi ruang reflektif bagi konsultan untuk menjembatani kebutuhan klien dengan realitas publik yang lebih luas.

Narasi dari lapangan memperlihatkan bahwa kegiatan ini sering kali dilakukan secara kolektif melalui diskusi lintas divisi, seperti antara tim riset, konten, dan media relations. Diskusi ini berfungsi untuk memastikan bahwa setiap perspektif terwakili dan tidak ada dimensi penting yang terlewatkan. Proses ini juga mencerminkan dinamika kerja kolaboratif khas *Bening Communication*, di mana keputusan strategis tidak lahir dari satu suara tunggal, melainkan dari hasil pertukaran gagasan di antara para praktisi yang memiliki latar belakang dan pengalaman berbeda.

Jadi, penataan informasi di *Bening Communication* bukan hanya langkah administratif dalam alur kerja PR, melainkan juga proses analitis, interpretatif, dan konseptual. Ia menjadi jembatan penting yang mengubah data mentah menjadi narasi bermakna, membantu tim melihat arah strategi komunikasi dengan lebih jelas, dan memastikan bahwa setiap keputusan yang diambil berlandaskan pada pemahaman komprehensif terhadap situasi dan kebutuhan klien.

4.3.2. Proses Menyaring dan Mengelompokkan Informasi

Tahap pertama dalam penataan informasi di *Bening Communication* adalah menyaring dan mengelompokkan data. Informan menjelaskan bahwa setelah berbagai data terkumpul dari hasil *monitoring*, riset, dan *briefing*, langkah berikutnya adalah memilah data berdasarkan relevansinya dengan kebutuhan klien.

Proses penyaringan dilakukan untuk menghindari banjir informasi dan memastikan hanya data yang benar-benar penting yang digunakan dalam analisis. Sering kali, informasi yang dikumpulkan sangat luas, meliputi berita media, data sosial, hasil riset pasar, hingga masukan dari klien, sehingga tim perlu melakukan *filtering* agar hasil analisis tetap fokus dan efisien.

“Kalau tidak disaring dengan benar, data bisa terlalu banyak dan malah membingungkan. Jadi langkah pertama adalah menentukan mana yang relevan dengan tujuan komunikasi.” (Anisa Maryani, Data & Research Officer, 2025)

Selain penyaringan, proses pengelompokan data dilakukan agar tim dapat melihat pola atau kecenderungan tertentu. Beberapa informan menjelaskan bahwa mereka biasanya membuat cluster informasi berdasarkan tema, sumber, atau isu yang berulang. Misalnya, data tentang perilaku audiens, tren media, dan kebijakan publik dikelompokkan secara terpisah agar lebih mudah dianalisis.

“Kami biasanya membagi data ke dalam kategori besar: data pasar, data media, dan data kompetitor. Dari situ baru bisa dilihat arah strateginya.” (Arief Burhanuddin, *Data & Research Officer*, 2025)

Kegiatan menyaring dan mengelompokkan ini memperlihatkan bahwa Bening *Communication* memiliki kesadaran tinggi terhadap higienitas informasi. Mereka tidak menganggap semua data sama pentingnya, melainkan menilai berdasarkan relevansi terhadap strategi dan kebutuhan komunikasi klien.

4.3.3. Penyusunan Struktur dan Alur Data

Setelah data disaring dan dikelompokkan, tahap berikutnya adalah menyusun struktur informasi agar mudah dipahami oleh seluruh anggota tim. Dalam wawancara, sebagian besar informan menggambarkan proses ini sebagai aktivitas kolaboratif, di mana masing-masing fungsi menempatkan datanya ke dalam satu kerangka besar.

Di divisi riset, struktur data biasanya disusun dalam bentuk tabel atau presentasi yang memuat kolom sumber, tanggal, dan ringkasan isi. Tujuannya bukan sekadar dokumentasi, tetapi agar seluruh tim dapat membaca data secara cepat dan menemukan kaitan antarbagian. Dalam banyak kasus, hasil penataan data inilah yang menjadi dasar bagi penyusunan deck strategi atau *pitch presentation* untuk klien.

“Kami membuat struktur informasi yang rapi agar mudah dibaca. Biasanya berupa tabel dengan kolom sumber, tanggal, headline, dan insight. Dari situ kita bisa lihat arah ceritanya.” (Anisa Maryani, *Data & Research Officer*, 2025)

Beberapa informan lain menambahkan bahwa penataan informasi juga melibatkan pembuatan *narrative flow*, sebuah urutan logis yang menggambarkan

bagaimana data bertransformasi menjadi argumen strategi. Ini membantu konsultan dalam menjelaskan dasar dari setiap keputusan komunikasi kepada klien.

“Sebelum menyusun strategi, kami membuat alur cerita dari data: mulai dari situasi, tantangan, peluang, lalu rekomendasi. Itu membantu agar semua orang punya cara pandang yang sama.” (Vina Ramitha, Senior PR Consultant, 2025)

Dari pernyataan tersebut bisa dijelaskan bahwa penataan informasi selain bersifat teknis, juga merupakan bentuk pembangunan narasi internal yang membantu perancangan argumentasi yang lebih terstruktur di *Bening Communication*.

4.3.4. Koordinasi Antar Tim dalam Penataan Informasi

Penataan informasi di *Bening Communication* merupakan proses lintas fungsi yang menuntut kolaborasi erat antar divisi. Setiap bagian memiliki kontribusi yang saling melengkapi: tim riset bertugas mengumpulkan data mentah, tim konsultan menafsirkan konteks strategisnya, sementara tim konten dan media relations menerjemahkannya menjadi arah komunikasi yang konkret. Dengan struktur kerja seperti ini, tidak ada satu pun divisi yang bekerja secara terpisah; setiap tahapan saling terhubung dan bergantung pada hasil analisis tim lainnya.

Koordinasi antar tim biasanya dilakukan melalui rapat internal setelah seluruh data dari tahap pengumpulan selesai dikompilasi. Rapat ini menjadi ruang penting untuk menyamakan pemahaman, mengonfirmasi keakuratan data, serta menentukan isu prioritas yang akan dikembangkan dalam strategi komunikasi. Dalam forum tersebut, para anggota tim saling mengajukan pertanyaan, memberi masukan, dan menguji relevansi setiap temuan terhadap tujuan kampanye yang dirancang untuk klien.

Erza Dianti (2025), *Head of Monitoring*, menjelaskan bagaimana proses ini berjalan secara kolaboratif: “Begitu semua data terkumpul, kami duduk bersama untuk membaca ulang hasilnya. Dari situ kita bisa tahu data mana yang paling penting dan bagaimana menggunakannya.” Pernyataan ini menggambarkan bahwa

koordinasi bukan hanya soal pembagian tugas, tetapi juga proses kolektif untuk membangun pemahaman yang sama mengenai arah strategi.

Dalam prakteknya, koordinasi lintas tim ini sering memunculkan gagasan baru yang tidak muncul di tahap awal. Setiap divisi membawa cara pandang berbeda terhadap data, tim riset melihat dari aspek kuantitatif dan validitas, tim konten menilai potensi naratif dan daya tarik publik, sedangkan tim media relations mempertimbangkan relevansi isu di ruang pemberitaan. Perbedaan perspektif inilah yang justru memperkaya proses penataan informasi dan memperkuat ketepatan arah komunikasi yang akan dijalankan.

Koordinasi yang terbangun di Bening *Communication* menunjukkan bahwa penataan informasi bukan hanya persoalan teknis pengelolaan data, tetapi juga bentuk kolaborasi analitis. Data tidak dimiliki secara eksklusif oleh satu divisi, melainkan menjadi aset bersama yang harus diinterpretasikan secara kolektif. Dengan cara ini, Bening *Communication* memastikan bahwa setiap keputusan strategis lahir dari pemahaman yang komprehensif dan lintas disiplin, sehingga strategi komunikasi yang dihasilkan lebih kuat, relevan, dan berbasis pada konsensus profesional di antara seluruh anggota tim.

4.3.5. Peran Briefing Internal dalam Menata Informasi

Dalam proses penataan informasi di Bening *Communication*, *briefing* internal memiliki peran yang sangat strategis. Tahap ini tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pembaruan pekerjaan, tetapi juga menjadi ruang di mana seluruh data dan insight yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber disusun ulang menjadi kerangka pemahaman yang utuh. Melalui briefing, tim dapat menyatukan potongan informasi yang sebelumnya tersebar di berbagai file, laporan, atau pengalaman lapangan menjadi satu kesimpulan yang konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan secara strategis.

Fitria Zahwa Aula (2025), *Head of Media Relation*, menjelaskan bahwa briefing internal sering kali digunakan untuk mengonfirmasi hasil riset dan memperbaiki data yang belum lengkap. Ia menuturkan,

“Briefing internal itu tempat kita mengonfirmasi ulang hasil riset. Kadang ada hal yang kita temukan di lapangan tapi belum tercatat di data. Di situ semua bisa dilengkapi.” (Fitria Zahwa Aula, 2025),

Pernyataan ini menunjukkan bahwa briefing internal bukan hanya aktivitas administratif, tetapi juga mekanisme validasi yang memastikan setiap informasi memiliki akurasi dan konteks yang tepat sebelum digunakan dalam penyusunan strategi komunikasi.

Dalam forum briefing, anggota tim biasanya melakukan proses evaluasi dan klarifikasi bersama. Mereka membandingkan hasil riset dengan temuan lapangan, menanyakan sumber informasi yang diragukan, serta menilai apakah data yang dikumpulkan masih relevan dengan arah komunikasi yang sedang dirancang. Proses ini juga membantu menentukan cara penyajian data agar mudah dipahami klien, misalnya dalam bentuk ringkasan visual, tabel perbandingan, atau matriks isu. Melalui praktek ini, *briefing* menjadi titik temu antara data empiris dan pengalaman profesional, antara fakta dan interpretasi.

Arief Burhanuddin (2025), *Data & Research Officer*, menambahkan bahwa tanpa briefing internal, informasi sering kali terjebak di satu divisi dan tidak tersebar ke tim lain yang membutuhkannya. Menurutnya,

“Kalau tidak ada briefing internal, sering kali data hanya beredar di satu tim dan tidak diketahui yang lain. Padahal strategi itu hasil dari semua bagian.” (Arief Burhanuddin 2025),

Ungkapan ini menggambarkan pentingnya briefing sebagai penghubung yang menjaga aliran pengetahuan agar tetap terbuka dan inklusif di dalam organisasi.

Dari berbagai penjelasan bisa kita yakini bahwa, briefing internal di *Bening Communication* tidak hanya bersifat koordinatif, tetapi juga interpretatif. Ia berfungsi sebagai forum reflektif di mana data dan pengalaman dikonvergensi menjadi insight bersama. Dalam konteks ini, briefing menjadi langkah penting untuk membangun kesepahaman lintas divisi sekaligus memperkuat kapasitas organisasi dalam mengelola informasi secara kolektif dan berbasis kolaborasi.

4.3.6. Penggunaan Teknologi dalam Penataan Informasi

Seiring dengan meningkatnya kompleksitas proyek dan volume data yang dikelola, Bening *Communication* semakin bergantung pada teknologi digital untuk mendukung proses penataan informasi. Teknologi tidak hanya dipandang sebagai alat bantu administratif, tetapi juga sebagai medium kolaborasi yang memungkinkan aliran informasi berjalan lebih cepat dan transparan antar-divisi.

Dalam kegiatan sehari-hari, platform seperti *Google Sheets*, *Google Docs*, dan *Google Drive* menjadi infrastruktur utama bagi tim. *Google Sheets* digunakan oleh divisi riset untuk merangkum dan menganalisis data kuantitatif, sementara *Google Docs* berfungsi sebagai ruang kerja bersama untuk menyusun insight kualitatif dan draft strategi. Penggunaan sistem berbasis *cloud* ini memungkinkan setiap anggota tim untuk memperbarui data secara *real-time* tanpa batasan waktu dan lokasi, menjadikannya solusi efisien untuk menjaga konsistensi informasi.

Anisa Maryani (2025), *Data & Research Officer*, menjelaskan bahwa penggunaan platform kolaboratif ini membantu menjaga keterbukaan akses data di antara anggota tim:

“Kami menggunakan Google Sheets dan Docs agar data bisa diperbarui langsung. Semua orang bisa lihat perubahan yang terjadi, jadi tidak ada versi ganda.” (Anisa Maryani 2025),

Dengan sistem seperti ini, proses koordinasi menjadi lebih cepat, dan risiko kesalahan akibat penggunaan data yang tidak mutakhir dapat diminimalkan.

Namun, di balik kemudahan tersebut, beberapa informan mengakui bahwa pemanfaatan teknologi di Bening *Communication* masih berada pada tahap dasar. Sistem penyimpanan data antar-divisi belum sepenuhnya terintegrasi, dan belum ada format penamaan file atau struktur folder yang seragam. Akibatnya, ketika tim membutuhkan data tertentu secara mendesak, proses pencarian bisa memakan waktu lebih lama dari yang seharusnya. Erza Dianti (2025), *Head of Monitoring*, menanggapi persoalan ini dengan mengatakan bahwa

“Hasil kerja kami disimpan di Google Drive, tapi kadang ada yang simpan di laptop pribadi juga. Jadi kalau sedang butuh cepat, bisa repot mencari versinya.” (Erza Dianti 2025),

Pernyataan ini mencerminkan bahwa meskipun digitalisasi telah meningkatkan efisiensi kerja, praktek penyimpanan yang belum terstandar masih menyisakan ruang bagi inkonsistensi dan kebingungan administratif.

Fenomena ini menunjukkan adanya transisi dari sistem manual menuju sistem digital yang belum sepenuhnya matang. Di satu sisi, penggunaan teknologi berbasis *cloud* telah membuka ruang kolaborasi yang lebih cair dan demokratis di antara anggota tim; namun di sisi lain, ketiadaan protokol baku dalam penyimpanan dan pengarsipan informasi masih menjadi hambatan untuk mencapai efisiensi maksimal.

Kesimpulannya, meskipun Bening *Communication* telah berhasil memanfaatkan teknologi untuk mempercepat proses kerja dan mengurangi hambatan komunikasi, standardisasi sistem digital masih menjadi kebutuhan mendesak. Diperlukan panduan resmi, seperti SOP penamaan file, struktur folder terpusat, dan mekanisme sinkronisasi antar-divisi, agar teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi juga menjadi fondasi utama bagi tata kelola informasi yang berkelanjutan dan profesional.

4.3.7. Dokumentasi dan Pelacakan Informasi

Tahapan dokumentasi menjadi bagian integral dari proses penataan informasi di Bening *Communication*. Seluruh informan sepakat bahwa dokumentasi bukan hanya aktivitas administratif, tetapi juga mekanisme strategis untuk menjaga kesinambungan pengetahuan dan akuntabilitas profesional. Setiap proyek yang selesai dijalankan selalu diakhiri dengan pembuatan laporan internal yang memuat hasil riset, analisis data, serta evaluasi dari kampanye yang telah dilakukan. Dokumen ini kemudian disimpan dalam arsip bersama agar dapat diakses kembali ketika dibutuhkan untuk perbandingan atau referensi pada proyek berikutnya. Vina Ramitha menegaskan pentingnya praktek ini dengan mengatakan,

“Kami selalu membuat laporan akhir yang berisi semua temuan dan hasil monitoring. Dari situ bisa dilihat apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki.” (Vina Ramitha, *Senior PR Consultant*, 2025).

Pernyataan ini menggaris bawahi bahwa laporan bukan hanya catatan hasil, melainkan refleksi strategis yang membantu tim memahami efektivitas pendekatan komunikasi yang digunakan.

Selain laporan formal, dokumentasi juga dilakukan dalam bentuk *Minutes of Meeting* (MoM), catatan hasil brainstorming, serta peta ide (*mind map*) yang merekam proses berpikir di balik pengambilan keputusan. Dokumen-dokumen semacam ini menjadi arsip taktis yang menyimpan logika, asumsi, dan diskusi yang mendasari strategi komunikasi.

Deddy Sinaga menambahkan bahwa konsistensi pencatatan menjadi penting agar insight tidak hilang di tengah padatnya aktivitas agensi:

“Kalau tidak dicatat, insight bisa hilang. Karena itu kami biasanya menulis notulen dan menyimpannya di folder bersama.” (Deddy Sinaga, *Content Manager*, 2025).

Dengan pendekatan ini, Bening *Communication* memastikan bahwa setiap langkah strategis memiliki jejak informasi yang dapat dilacak kembali, sebuah praktek yang memperkuat prinsip transparansi dan tanggung jawab profesional terhadap klien.

Secara keseluruhan, dokumentasi di Bening *Communication* berfungsi ganda: sebagai alat efisiensi kerja internal dan sebagai mekanisme akuntabilitas eksternal. Praktek ini menunjukkan kedewasaan organisasi dalam mengelola informasi, karena tidak hanya berorientasi pada hasil, tetapi juga menjaga keberlanjutan pengetahuan antar proyek dan antar generasi pekerja.

4.3.8. Tantangan dalam Penataan Informasi

Meskipun penataan informasi telah menjadi bagian dari budaya kerja di Bening *Communication*, para informan mengakui bahwa praktek ini masih menghadapi sejumlah tantangan. Hambatan utama yang sering muncul adalah belum adanya SOP baku yang mengatur format, tahapan, dan tanggung jawab dalam proses penataan informasi. Ketiadaan panduan resmi menyebabkan variasi cara kerja di antara tim, di mana setiap individu atau divisi menggunakan metode

dokumentasi yang berbeda-beda sesuai kebiasaan masing-masing. Ria menggambarkan situasi ini dengan jujur ketika menyatakan,

“Sampai sekarang belum ada panduan tertulis yang seragam tentang bagaimana menyusun dan menyimpan data. Biasanya setiap orang punya caranya sendiri.” (Ria, PR Consultant, 2025).

Kondisi ini menciptakan kesenjangan dalam konsistensi data dan menyulitkan proses penelusuran informasi ketika proyek membutuhkan referensi historis atau revisi cepat. Selain faktor prosedural, keterbatasan waktu menjadi tantangan besar lainnya. Dalam industri PR yang bergerak cepat, tim sering kali harus menyiapkan proposal, laporan, atau rekomendasi strategi dalam waktu singkat. Akibatnya, proses penataan informasi sering dilakukan dengan tergesa, lebih berorientasi pada penyelesaian hasil akhir daripada penataan yang rapi dan sistematis. Asteria Theresia menggambarkan kondisi tersebut dengan jelas:

“Kadang karena klien minta cepat, kita langsung lompat ke strategi tanpa sempat menyusun data dengan rapi. Akibatnya saat revisi, butuh waktu lagi untuk menelusuri sumber.” (Asteria Theresia, Senior PR Consultant, 2025).

Pernyataan ini mencerminkan dilema umum dalam pekerjaan agensi, di mana kecepatan sering kali mengorbankan ketelitian administratif.

Tantangan lainnya adalah adanya kesenjangan kompetensi antara staf senior dan junior dalam memahami konteks analisis data. Para konsultan senior umumnya memiliki kapasitas untuk menafsirkan data secara strategis, sementara tim junior lebih fokus pada aspek teknis seperti pengumpulan dan tabulasi. Hal ini berpotensi menimbulkan ketergantungan jangka panjang pada peran senior dan memperlambat proses transfer pengetahuan di dalam organisasi. Vina Ramitha menanggapi hal ini dengan mengatakan,

“Biasanya konsultan senior yang melakukan analisis akhir, sementara tim junior membantu menyusun datanya. Tapi idealnya semua orang paham konteksnya.” (Vina Ramitha, Senior PR Consultant, 2025).

Pernyataan ini menunjukkan perlunya upaya sistematis untuk memperkuat kapasitas analitis lintas level agar penataan informasi tidak hanya menjadi aktivitas teknis, tetapi juga sarana pembelajaran bersama.

Dari berbagai tantangan tersebut, terlihat bahwa meskipun proses penataan informasi di Bening *Communication* telah berjalan cukup efektif, organisasi masih memerlukan pembenahan dalam aspek standarisasi, waktu kerja, dan pelatihan. Dengan memperkuat ketiga aspek ini, Bening *Communication* dapat memastikan bahwa praktek penataan informasi akan efisien dan bermanfaat bagi penyusunan strategi.

4.3.9. Praktek Ideal Menurut Informan

Hasil wawancara dengan para informan menunjukkan bahwa praktek penataan informasi yang ideal di Bening *Communication* didasarkan pada tiga prinsip utama: standarisasi, kolaborasi lintas divisi, dan kesinambungan dokumentasi. Para informan sepakat bahwa tanpa struktur dan sistem yang konsisten, proses penataan informasi akan bergantung pada kebiasaan individu dan sulit dijadikan acuan untuk pengambilan keputusan strategis di masa mendatang (Maryani, 2025).

Standarisasi menjadi elemen yang paling sering disebut sebagai kebutuhan mendesak. Para konsultan menilai bahwa setiap proyek sebaiknya memiliki format laporan yang seragam agar memudahkan transfer pengetahuan dan evaluasi. Format ini idealnya mencakup bagian-bagian seperti situasi awal, data utama, *insight* hasil analisis, dan rekomendasi strategis. Dengan adanya template yang baku, setiap anggota tim, baik senior maupun junior, dapat memahami konteks proyek dengan cepat dan bekerja dengan acuan yang sama (Maryani, 2025).

Selain format, penting pula adanya *knowledge management system* yang mampu mengintegrasikan data dari seluruh divisi. Dalam praktek saat ini, data riset, *monitoring* media, dan konten sering kali tersimpan di lokasi berbeda, sehingga membutuhkan waktu untuk dikompilasi. Menurut para informan, sistem terintegrasi akan mempercepat proses pengambilan keputusan sekaligus meminimalkan risiko duplikasi atau kehilangan informasi (Burhanuddin, 2025).

Para informan menilai bahwa penataan informasi tidak boleh berhenti pada tahap dokumentasi, tetapi juga harus mencakup proses refleksi setelah proyek berakhir. Evaluasi semacam ini membantu tim untuk meninjau kembali efektivitas

strategi, menemukan kekurangan, serta mengidentifikasi praktek terbaik yang dapat dijadikan pedoman di proyek berikutnya. Dengan menjadikan evaluasi sebagai bagian dari siklus penataan informasi, *Bening Communication* secara tidak langsung membangun budaya belajar organisasi yang berkelanjutan (Aula, 2025).

Jadi, praktek penataan informasi ideal selain menuntut adanya alat bantu digital dan panduan teknis, juga mensyaratkan perubahan budaya kerja. Informasi tidak sekadar disimpan, tetapi dihidupkan kembali melalui proses pembelajaran, refleksi, dan kolaborasi antar fungsi. Dalam konteks ini, penataan informasi menjadi fondasi utama bagi *knowledge management* yang mendorong team perancang bisa merespon dinaika bisnis komunikasi.

4.3.10. Kesimpulan

Dari wawancara dengan sepuluh informan, dapat disimpulkan bahwa penataan informasi berperan sebagai tahap strategis dalam keseluruhan proses pengorganisasian informasi di *Bening Communication*. Tahap ini mengubah data mentah hasil pengumpulan menjadi pengetahuan yang siap digunakan untuk menyusun strategi komunikasi. Proses tersebut mencakup beberapa aktivitas utama seperti penyaringan data, pengelompokan berdasarkan tema, penyusunan struktur naratif, koordinasi antar divisi, serta dokumentasi hasil kerja (Maryani, 2025; Burhanuddin, 2025; Aula, 2025).

Meskipun praktek yang berjalan saat ini telah menunjukkan efektivitas yang cukup tinggi, penelitian ini menemukan beberapa tantangan yang masih perlu diatasi. Belum adanya *standard operating procedure* (SOP) baku membuat setiap tim memiliki gaya kerja dan pola dokumentasi yang berbeda. Selain itu, ketiadaan sistem penyimpanan data yang terintegrasi menyebabkan potensi duplikasi dan kesulitan pelacakan informasi antar proyek.

Namun demikian, kesadaran kolektif di antara para konsultan mengenai pentingnya dokumentasi, transparansi, dan kolaborasi menunjukkan bahwa *Bening Communication* memiliki fondasi yang kuat untuk memperkuat sistem penataan informasi di masa depan. Upaya menuju standarisasi dan digitalisasi yang lebih

matang diharapkan dapat meningkatkan efisiensi serta memperkuat nilai profesionalisme organisasi.

Dengan konteks tersebut, penataan informasi tidak lagi dapat dipandang sebagai tahapan administratif semata. Ia merupakan jantung dari proses *knowledge management* di Bening *Communication*, sebuah ruang di mana data, pengalaman, dan intuisi profesional disatukan untuk membentuk dasar pengambilan keputusan strategis yang berbasis bukti dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

4.4. PEMANFAATAN INFORMASI

4.4.1. Dari Data ke Tindakan. Memaknai “Pemanfaatan” sebagai Pusat Kerja

Bagi seluruh informan, pemanfaatan informasi merupakan tahap paling kritis dalam keseluruhan siklus kerja di Bening *Communication*, titik di mana data berhenti menjadi sekadar catatan dan mulai berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan. Dalam tahap ini, informasi yang sebelumnya dikumpulkan dan ditata mengalami penyaringan akhir untuk disesuaikan dengan kebutuhan spesifik klien. Hasil analisis tersebut kemudian diterjemahkan menjadi strategi komunikasi, pesan utama, rencana *channel* distribusi, serta keputusan taktis yang membentuk arah kerja tim.

Para konsultan menggambarkan momen ini sebagai inti operasional agensi, semacam “ruang mesin” di mana riset, *monitoring*, dan intuisi kreatif dipertemukan untuk menghasilkan arah yang konkret dan terukur. Menurut Vina Ramitha,

“Informasi itu bahan mentah. Nilainya muncul saat kita olah jadi insight dan keputusan, barulah terasa gunanya untuk strategi dan eksekusi.” (Vina Ramitha, Senior PR Consultant, 2025).

Pernyataan ini memperlihatkan bahwa nilai strategis informasi tidak terletak pada kuantitas data yang dikumpulkan, tetapi pada kemampuan tim dalam mengolahnya menjadi *insight* yang dapat dijalankan.

Tahap pemanfaatan juga tidak bersifat linear, melainkan berlangsung dalam siklus berulang yang adaptif terhadap perubahan konteks. Keputusan awal sering kali diperlakukan sebagai hipotesis kerja yang harus diuji dan disesuaikan

berdasarkan respons publik dan dinamika kebutuhan klien. Asteria Theresia menjelaskan,

“Kami jarang merasa ‘ini final’. Biasanya kami ambil keputusan terbaik dari data hari ini, lalu amati respons, dan sesuaikan lagi.” (Asteria Theresia, Senior PR Consultant, 2025).

Melalui pola kerja semacam ini, pemanfaatan informasi menjadi wujud nyata dari prinsip *learning organization*, proses di mana setiap keputusan berpotensi menjadi sumber pembelajaran baru. Dengan menjadikan data sebagai siklus reflektif yang terus diperbarui, Bening *Communication* berhasil menjaga relevansi strateginya dengan tantangan tantangan dari berbagai jenis program atau kampanye PR.

4.4.2. Analisis Terapan: Menyatukan Monitoring, Riset, dan Brief

Tahap awal dari pemanfaatan informasi di Bening *Communication* adalah analisis terapan, yaitu proses menghubungkan berbagai sumber informasi menjadi satu kesatuan makna strategis. Hasil wawancara dengan para informan menunjukkan bahwa tahap ini berfungsi sebagai jembatan antara data dan keputusan, di mana hasil *monitoring*, riset pasar, arsip kampanye terdahulu, serta brief dari klien disatukan untuk membentuk gambaran menyeluruh tentang situasi komunikasi.

Analisis dalam konteks ini tidak dipahami sekadar sebagai proses statistik atau perhitungan numerik, melainkan sebagai kegiatan interpretatif yang melibatkan pemahaman kondisi sosial, dinamika audiens, serta kecenderungan isu yang berkembang. Konsultan senior menekankan pentingnya membaca “pola” di balik data yang terkumpul, karena dari pola tersebut dapat ditemukan peluang momentum, sensitivitas publik, dan potensi risiko bagi klien. Seperti dijelaskan oleh Vina Ramitha,

“Kalau hanya kumpulan berita tidak cukup. Harus dibaca polanya: tren apa yang lagi menguat, publik melihatnya bagaimana, dan relevansinya ke klien apa.” (Vina Ramitha, Senior PR Consultant, 2025).

Pernyataan ini menegaskan bahwa analisis di Bening *Communication* berorientasi pada keterhubungan antar informasi, bukan pada pengumpulan data dalam jumlah besar. Tim riset kemudian berperan penting dalam menyederhanakan informasi yang kompleks agar lebih mudah dipahami oleh pengambil keputusan. Format seperti tabel komparatif, matriks isu, dan ringkasan satu halaman digunakan untuk mempercepat proses transisi dari data ke tindakan strategis. Arief Burhanuddin menjelaskan peran ini dengan menyatakan,

“*Saya buat summary dan tabel yang bisa langsung dipakai untuk analisis. Jadi bukan data mentah, tapi sudah siap dibaca.*” (Arief Burhanuddin, *Data & Research Officer*, 2025).

Selain itu, analisis terapan juga melibatkan pemetaan *channel* komunikasi. Dalam lanskap media yang terus berubah, para konsultan perlu memantau bagaimana perilaku audiens bergeser dari satu channel ke channel lain, dan bagaimana tren tersebut memengaruhi efektivitas pesan. Ketika atensi publik mulai berpindah dari pemberitaan panjang ke video pendek atau dari konferensi pers ke aktivitas komunitas, strategi pun disesuaikan untuk memastikan pesan tetap relevan dan menjangkau sasaran secara optimal.

Pendekatan semacam ini menegaskan bahwa analisis terapan tidak hanya mengandalkan metodologi ilmiah, tetapi juga kepekaan praktis terhadap dinamika industri dan perilaku khalayak. Dengan memadukan *monitoring*, riset, dan *brief* klien dalam satu kerangka kerja yang reflektif, Bening *Communication* menunjukkan kemampuan untuk mengubah data menjadi arah strategis yang adaptif, relevan, dan berbasis bukti.

4.4.3. Sintesis *Insight*: Menemukan “Benang Merah” Strategi

Tahap sintesis insight menjadi inti dari proses berpikir strategis di Bening *Communication*. Setelah berbagai data dikumpulkan dan pola dianalisis, tim bergerak ke fase merumuskan “benang merah”, yakni ide sentral yang menjadi fondasi strategi komunikasi. Proses ini bukan sekadar menyimpulkan temuan, tetapi juga menafsirkan makna di balik data agar menghasilkan arah strategis yang mampu menjawab kebutuhan klien sekaligus resonan dengan publik.

Sintesis dilakukan secara kolaboratif lintas divisi agar hasilnya tidak berat sebelah. Konsultan berperan sebagai fasilitator yang mengarahkan arah diskusi, sementara tim riset menyajikan bukti empiris untuk memperkuat argumentasi. Divisi *monitoring* membantu memetakan dinamika opini publik dan sentimen media, sedangkan tim konten berkontribusi dengan membayangkan bagaimana strategi tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk narasi, visual, dan *channel* komunikasi. Melalui proses ini, tim biasanya menyepakati satu hingga tiga *central themes* atau “tema kendali” yang akan menjadi dasar bagi semua keputusan berikutnya.

“Kami cari satu benang merah yang bisa menjawab tujuan klien dan relevan di publik. Itulah yang kami jadikan pegangan saat menyusun strategi.” (Rima Lesmanawati, *Senior PR Consultant*, 2025).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa proses sintesis di Bening *Communication* tidak bersifat *top-down*, melainkan dialogis, menghubungkan antara data, intuisi profesional, dan sensitivitas terhadap publik.

Namun, menemukan benang merah bukan pekerjaan sederhana. Para konsultan sering kali harus menafsirkan ulang pesan dari perspektif publik. Apa yang ingin disampaikan klien belum tentu sama dengan apa yang siap didengar masyarakat. Di sinilah kemampuan adaptasi pesan memainkan peran penting. Rima Lesmanawati mencontohkan,

“Kalau publik sedang sensitif soal harga, pesannya kami geser ke nilai tambah dan manfaat. Nuansa itu menentukan apakah pesan diterima.” (Rima Lesmanawati, *Senior PR Consultant*, 2025).

Penjelasan tersebut menggambarkan, sintesis insight di Bening *Communication* dapat dipahami sebagai proses yang tidak hanya rasional tetapi juga empatik, menggabungkan logika strategi dengan kepekaan terhadap konteks sosial dan emosi audiens.

4.4.4. Perumusan Strategi: Mengubah *Insight* Menjadi Arah Kerja

Tahap perumusan strategi menjadi titik di mana seluruh proses pengumpulan, penataan, dan sintesis informasi berpuncak. Pada fase ini, insight

yang diperoleh dari analisis sebelumnya diterjemahkan menjadi keputusan strategis yang konkret dan terukur. Prosesnya tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga operasional, menghubungkan antara gagasan besar dengan rencana aksi yang bisa dijalankan lintas tim.

Tim Bening *Communication* memandang perumusan strategi sebagai aktivitas kolektif yang berorientasi pada kejelasan arah. Dalam prakteknya, strategi dirumuskan secara bertahap dan pragmatis: pertama, menetapkan tujuan utama; kedua, menentukan dua hingga tiga pendekatan strategis; dan ketiga, menurunkannya menjadi rencana channel dan konten yang dapat dieksekusi. Asteria Theresia menggambarkan proses ini dengan jelas:

“Kami biasanya penting dulu tujuannya, baru pilih pendekatan, edukasi, advokasi, atau aktivasi. Dari sana turunan channel dan kontennya jadi jelas.” (Asteria Theresia, *Senior PR Consultant*, 2025).

Pendekatan yang sistematis semacam ini membantu tim menjaga konsistensi antara strategi dan implementasi di lapangan. Setiap keputusan diukur bukan hanya berdasarkan kreativitas, tetapi juga pada relevansi terhadap tujuan dan indikator keberhasilan yang telah disepakati. Jadi, strategi tidak berhenti pada level ide, tetapi menjadi pedoman kerja yang fungsional.

Dalam wawancara dengan beberapa informan, muncul kesadaran bahwa strategi yang terlalu panjang justru kontraproduktif. Dokumen strategi harus ringkas, mudah dipahami, dan dapat dijadikan rujukan cepat oleh semua divisi. Didin Nasiruddin menegaskan pentingnya kesederhanaan ini dengan menyatakan,

“Strategi yang terlalu panjang tidak digunakan. Kami lebih suka kompas satu halaman yang semua tim bisa pegang.” (Didin Nasiruddin, *Managing Director*, 2025).

Dokumen satu halaman ini berfungsi sebagai “kompas kerja”, alat navigasi bersama yang memastikan setiap anggota tim memiliki pemahaman yang sama tentang arah komunikasi, pesan utama, dan prioritas kegiatan. Pendekatan ini menunjukkan bahwa perumusan strategi di Bening *Communication* tidak bertumpu pada formalitas dokumen, tetapi pada efektivitas penggunaannya.

4.4.5. Penetapan *Key Message*.

Tahap penetapan *key message* menjadi inti dari proses penerjemahan strategi ke dalam bentuk komunikasi yang konkret. Di Bening *Communication*, pesan penting tidak pernah ditulis secara instingtif atau spontan, melainkan melalui proses perumusan yang berbasis data dan pertimbangan strategis. Para informan menjelaskan bahwa setiap pesan harus lahir dari kombinasi antara fakta (apa yang benar-benar terjadi), konteks audiens (apa yang relevan dan penting bagi mereka), serta batasan dari sisi klien (apa yang dapat dan tidak dapat disampaikan).

Proses ini menuntut keseimbangan antara ketepatan substansi dan kepekaan terhadap persepsi publik. Tim komunikasi tidak hanya berfokus pada *what to say*, tetapi juga *how to say it*, bagaimana pesan dikemas agar terdengar kredibel, empatik, dan tetap sejalan dengan karakter merek. Seperti dijelaskan oleh Fitria Zahwa Aula,

“Kalau sentimennya negatif, nada komunikasi kami atur lebih hati-hati. Kalau positif, kami dorong lebih kuat dengan bukti dan testimoni.” (Fitria Zahwa Aula, *Head of Media Relation*, 2025).

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa nada komunikasi tidak bersifat tetap, melainkan menyesuaikan dinamika percakapan publik. Dalam situasi krisis atau ketika sentimen publik menurun, pesan harus mengedepankan empati dan transparansi. Sebaliknya, saat momentum positif muncul, pesan diperkuat dengan narasi optimistis dan pembuktian konkret untuk memperkuat kepercayaan publik.

Aspek penting lain dari penetapan *key message* adalah keterikatan antara pesan dan bukti pendukung. Di Bening *Communication*, setiap pesan utama wajib didukung dengan data atau *proof point* yang terverifikasi. Bukti tersebut bisa berupa angka kinerja, hasil survei, testimoni pelanggan, atau jaminan kebijakan dari pihak klien. Vitria Tenri Melle menekankan prinsip ini dengan menyatakan,

“Pesan tanpa bukti cepat ditolak. Kami selalu siapkan data pendukung, angka, kutipan, atau contoh konkret.” (Vitria Tenri Melle, *PR Consultant*, 2025).

Di sini, bisa ditarik kesimpulan bahwa, proses penetapan pesan di Bening *Communication* dapat dipandang sebagai bentuk *evidence-based communication*, sebuah pendekatan yang memadukan riset, sensitivitas publik, dan

disiplin naratif. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap pesan tidak hanya menarik secara retorik, tetapi juga kokoh secara faktual dan relevan secara emosional.

4.4.6. Pemetaan *Channel*: Memilih Jalur Paling Efektif

Pemilihan *channel* komunikasi menjadi langkah penting dalam tahap pemanfaatan informasi di Bening *Communication*. Proses ini tidak dilakukan berdasarkan kebiasaan atau preferensi pribadi, melainkan melalui analisis sistematis terhadap perilaku audiens, efektivitas pesan di tiap *channel*, serta kekuatan distribusi dari masing-masing platform. Tujuan utamanya adalah memastikan pesan tidak hanya sampai, tetapi juga beresonansi di tempat yang paling relevan dengan target khalayak.

Dalam prakteknya, tim mempertimbangkan tiga aspek utama: di mana audiens paling aktif, di *channel* mana pesan paling mudah dipahami, dan di outlet mana pesan memperoleh efek pengganda paling besar. Keputusan ini didukung oleh data performa channel baik organik maupun berbayar, seperti tingkat *engagement*, rasio klik, dan jangkauan konten. Seperti dijelaskan oleh Anisa Maryani,

“Kalau engagement lebih tinggi di Instagram, fokus kami di situ. Kalau audiens profesional lebih aktif di LinkedIn, pesan kami arahkan ke sana.” (Anisa Maryani, *Data & Research Officer*, 2025).

Pendekatan berbasis data ini membantu tim menghindari penyebaran pesan yang tidak efisien. *Channel* dengan potensi interaksi rendah tidak dihilangkan sepenuhnya, tetapi difungsikan ulang sesuai karakter audiensnya, misalnya untuk memperkuat kredibilitas, bukan sekadar menjaring perhatian.

Untuk ranah pemberitaan, pemetaan *channel* juga melibatkan dimensi relasional. Tim memprioritaskan media dengan jangkauan besar dan nada pemberitaan yang selaras dengan citra klien. Proses *media mapping* dilakukan melalui evaluasi hasil monitoring dan penilaian *tone of coverage* dari periode sebelumnya. Hal ini menjadikan setiap pengiriman rilis dan pitching narasumber sebagai langkah yang terukur. Erza Dianti menegaskan,

“Hasil monitoring membantu kami memilih media mana yang prioritas untuk rilis dan pitching, melihat jangkauan dan tone setiap outlet.” (Erza Dianti, *Head of Monitoring*, 2025).

Dengan cara ini, pemetaan channel di Bening *Communication* bukan hanya soal memilih platform populer, tetapi tentang menemukan keseimbangan antara potensi jangkauan, relevansi pesan, dan kedalaman engagement. Pendekatan ini mencerminkan profesionalisme agensi dalam merespon kompleksitas ekosistem media kontemporer, mayakinkan setiap pesan sampai ke audiens yang tepat.

4.4.7. Penerapan ke Konten. Dari “Apa” ke “Seperti Apa”

Tahap terakhir dari pemanfaatan informasi adalah translasi ke konten, fase di mana strategi, pesan, dan channel diubah menjadi bentuk komunikasi yang nyata. Di titik ini, informasi tidak lagi diperlakukan sebagai data statis, melainkan sebagai panduan kreatif dalam menentukan format, struktur cerita, dan gaya visual yang paling efektif. Proses ini menuntut keseimbangan antara logika analisis dan intuisi kreatif. Tim konten membaca hasil riset dan monitoring untuk menemukan peluang naratif yang bisa dikembangkan menjadi ide kampanye. Deddy Sinaga menjelaskan dinamika tersebut dengan mengatakan,

“Sering satu insight kecil dari percakapan di media sosial jadi ide konten besar. Data memberi arah, intuisi kreatif memberi bentuk.” (Deddy Sinaga, *Content Manager*, 2025).

Dengan pendekatan ini, konten yang dihasilkan cenderung lebih tajam dalam merumuskan *hook* atau kalimat pembuka, lebih efisien dalam penggunaan klaim, serta lebih kuat dalam penggunaan bukti pendukung. Hal ini memperlihatkan bahwa kreativitas tidak diartikan sebagai kebebasan tanpa batas, tetapi sebagai proses interpretatif yang berpijak pada data. Dokumentasi keputusan kreatif juga menjadi bagian penting dari tahapan ini. Setiap keputusan terkait format, *tone*, dan *visual* dicatat secara sistematis agar mudah ditelusuri saat evaluasi. Jadi, tim dapat meninjau ulang dasar logika di balik setiap konten dan memperbaikinya bila diperlukan. Deddy Sinaga menambahkan,

“Kami catat alasan di balik bentuk konten, supaya saat evaluasi kami tahu keputusan itu berdasar data apa.” (Deddy Sinaga, *Content Manager*, 2025).

Dengan cara ini, translasi informasi menjadi konten bukan sekadar langkah produksi, tetapi bagian dari proses berpikir strategis yang berkelanjutan. Dalam prosesnya, tim Bening *Communication* berhasil menjadikan data sebagai bahan kreativitas, menciptakan konten yang menarik perhatian, dan relevan.

4.4.8. Pengambilan Keputusan Taktis: Respon Cepat dan Eskalasi

Tahap pengambilan keputusan taktis menunjukkan bagaimana Bening *Communication* mengubah informasi menjadi tindakan nyata dalam waktu singkat. Pada fase ini, kecepatan dan ketepatan menjadi penting utama. Informasi hasil monitoring, riset, dan briefing tidak lagi berfungsi sebagai laporan pasif, melainkan sebagai alat kendali yang memandu respon terhadap perubahan situasi publik. Dalam dunia komunikasi yang bergerak cepat, terutama di era media sosial, keputusan yang terlambat dapat mengubah persepsi publik dalam hitungan jam.

Para informan menekankan bahwa kesiapan data dan sistem dokumentasi yang rapi menjadi faktor penentu keberhasilan respon cepat. Jika data sudah terorganisasi sejak awal, tim dapat segera menyiapkan pernyataan, menyesuaikan narasi, dan mengkoordinasikan respon lintas divisi tanpa kebingungan. Ria menggambarkan situasi ini dengan jelas: *“Kalau ada isu mendesak, data yang masuk pagi itu bisa langsung kami pakai untuk menyiapkan pernyataan singkat di hari yang sama.”* (Ria, *PR Consultant*, 2025).

Namun, kecepatan tanpa ketelitian bisa berisiko. Karena itu, tim menekankan pentingnya sistem verifikasi cepat agar setiap keputusan tetap berbasis data yang valid. Arief Burhanuddin menegaskan bahwa kerapihan arsip berperan besar dalam efisiensi kerja:

“Kalau data sudah rapi, rekomendasi bisa keluar cepat. Kalau acak, waktu habis untuk mencari dan memverifikasi.” (Arief Burhanuddin, *Data & Research Officer*, 2025).

Selain memutuskan *apa* yang akan disampaikan, keputusan taktis juga mencakup *kapan* harus berbicara. Tidak semua situasi menuntut respon langsung; ada kalanya penundaan terencana lebih efektif. Fitria Zahwa Aula mencontohkan hal ini:

“Ada kalanya keputusan terbaik adalah menahan dulu. Kami lihat suhu percakapan menurun baru masuk dengan pesan yang disesuaikan.” (Fitria Zahwa Aula, *Head of Media Relation*, 2025).

Berbagai penjelasan diatas menegaskan, pengambilan keputusan taktis di organisasi bukan hanya tentang kecepatan reaksi, tetapi tentang ketepatan momentum. Respon yang matang menuntut pemahaman ritme publik, kesiapan data, serta koordinasi lintas tim yang solid.

4.4.9.Orkestrasi Tim. Peran Senior–Junior dan Titik Koordinasi

Efektivitas pemanfaatan informasi dalam strategi komunikasi sangat bergantung pada kemampuan tim mengelola alur kerja internal. Di *Bening Communication*, hubungan antara peran senior dan junior bukan hierarki yang kaku, melainkan sistem sinergi yang menekankan koordinasi, kejelasan tanggung jawab, dan ritme kerja yang teratur. Setiap anggota tim memahami perannya dalam rantai keputusan: junior berfokus pada pengumpulan data dan penyusunan bahan, sementara senior menafsirkan dan menyimpulkan arah strategi.

Proses *handover* menjadi mekanisme penting yang menjaga kelancaran aliran kerja. Dengan penjadwalan yang ketat, misalnya “ringkasan satu halaman pukul 11.00” atau “draf pesan pukul 16.00,” setiap tim mengetahui kapan hasil pekerjaannya akan digunakan oleh tim berikutnya. Vina Ramitha menjelaskan pentingnya ritme kerja ini:

“Junior menyiapkan bahan paling rapi yang bisa mereka kerjakan; senior menyimpulkan arah. Pentingnya ada di titik serah yang jelas.” (Vina Ramitha, *Senior PR Consultant*, 2025).

Sistem seperti ini tidak hanya mempercepat proses, tetapi juga mendorong pembelajaran antar-level. Junior memahami bagaimana data yang mereka olah digunakan dalam keputusan strategis, sementara senior mendapatkan masukan langsung dari tim yang bersentuhan dengan dinamika lapangan.

Untuk menjaga sinkronisasi, tim melakukan rapat singkat di pagi hari atau setelah momentum penting seperti rilis media dan publikasi kampanye. Rapat ini

berfungsi sebagai ruang kalibrasi, memastikan bahwa keputusan kecil harian tetap sejalan dengan strategi besar. Asteria Theresia menjelaskan,

“Kami lakukan sinkronisasi singkat, 10–15 menit, untuk memastikan keputusan kecil hari itu tetap di rel strategi.” (Asteria Theresia, *Senior PR Consultant*, 2025).

Dengan sistem kerja yang adaptif dan komunikatif, Bening *Communication* berhasil membangun mekanisme koordinasi yang efisien tanpa kehilangan fleksibilitas. Hubungan antara senior dan junior berjalan sebagai kemitraan profesional, bukan sekadar instruksi satu arah. Orkestrasi ini memperlihatkan bagaimana organisasi yang mendasarkan diri pada informasi memerlukan keseimbangan antara struktur, kecepatan, dan ruang improvisasi

4.4.10. Perangkat Kerja: Format Ringkas dan Jejak Keputusan

Efisiensi dalam pemanfaatan informasi di Bening *Communication* ditopang oleh sistem dokumentasi yang ringkas, terstruktur, dan mudah diakses. Tim menyadari bahwa dalam dinamika industri komunikasi yang serba cepat, dokumen panjang sering kali tidak efektif untuk pengambilan keputusan harian. Oleh karena itu, mereka mengembangkan format kerja yang praktis namun fungsional, berupa ringkasan satu halaman, tabel isu–respon, daftar prioritas media, serta template *key message*. Tujuan utamanya bukan untuk memperbanyak dokumen, tetapi memastikan setiap dokumen yang dibuat benar-benar digunakan dalam proses strategis.

Format tersebut menjadi semacam “kompas kerja” yang memungkinkan seluruh anggota tim memahami arah strategi tanpa harus membaca laporan penuh. Didin Nasiruddin menjelaskan prinsip ini dengan mengatakan,

“Kami pilih format yang benar-benar dipakai: ringkas, jelas, dan mudah dilacak. Keputusan besar selalu diberi catatan singkat ‘mengapa’.” (Didin Nasiruddin, *Managing Director*, 2025).

Prinsip efisiensi ini juga berlaku dalam penyimpanan dan pelacakan keputusan. Semua dokumen strategis, mulai dari hasil analisis, draf pesan, hingga rencana channel, disimpan dalam satu ruang kolaboratif digital, seperti *Google*

Drive atau *Notion*, agar mudah diakses lintas divisi. Sistem ini memastikan bahwa setiap keputusan memiliki *traceability* yang jelas: siapa yang membuat, kapan diputuskan, dan data apa yang menjadi dasar pertimbangannya. Arief Burhanuddin menegaskan manfaatnya,

“Serahan analisis, draf pesan, dan rencana channel kami jadikan satu rangkaian di folder bersama agar jejaknya jelas.” (Arief Burhanuddin, *Data & Research Officer*, 2025).

Keterpaduan ini mempersingkat jarak antara “mencari dasar keputusan” dan “mengeksekusi”. Saat tim harus melakukan revisi cepat atau evaluasi pasca-kampanye, mereka dapat menelusuri logika di balik setiap langkah dengan mudah. Pola dokumentasi seperti ini juga memperkuat budaya transparansi internal: keputusan strategis tidak lagi bergantung pada ingatan individu, tetapi pada sistem yang terbuka dan bisa diverifikasi.

Melalui pemahaman ini, perangkat-perangkat kerja di *Bening Communication* tidak hanya berfungsi administratif, melainkan sebagai infrastruktur pengetahuan yang menjaga kesinambungan antarproyek dan lintas tim. Praktek ini terus diusahakan seluruh pihak dalam organisasi untuk membangun manajemen informasi yang berorientasi pada siklus pembelajaran yang terus-menerus dan progresif.

4.4.11. Umpan Balik dan Penyesuaian: Siklus Pemanfaatan yang Hidup

Tahap terakhir dari pemanfaatan informasi adalah evaluasi dan penyesuaian. *Bening Communication* memperlakukan tahap ini sebagai proses yang dinamis, bukan sekadar aktivitas pasca-kampanye. Setiap konten, rilis, atau aktivitas komunikasi selalu dipantau performanya melalui data *engagement*, jangkauan media, serta percakapan publik. Informasi ini kemudian diolah menjadi masukan konkret untuk perbaikan strategi berikutnya, sehingga siklus pembelajaran terus berputar.

Pendekatan ini menciptakan sistem yang adaptif terhadap perubahan perilaku audiens maupun dinamika isu publik. Deddy Sinaga menggambarkan mekanisme ini dengan jelas: “Setelah konten naik, kami pantau bagian mana yang

dibaca dan dibagikan. Dari situ kami perbaiki sudut pandang di konten berikutnya.” (Deddy Sinaga, Content Manager, 2025).

Umpan balik tidak hanya datang dari publik, tetapi juga dari klien dan tim internal. Dalam rapat evaluasi mingguan, setiap divisi menyajikan temuan dan rekomendasi berdasarkan data yang dikumpulkan. Rapat ini tidak berfungsi sebagai forum kritik, tetapi sebagai ruang refleksi kolektif untuk memperbaiki efektivitas strategi dan efisiensi proses kerja.

Dalam kasus tertentu, siklus evaluasi ini berjalan dalam hitungan jam, terutama ketika menghadapi krisis atau isu viral. Data *real-time* menjadi panduan utama dalam memutuskan langkah korektif, seperti menambah klarifikasi, mengganti juru bicara, atau menyusun ulang urutan pesan agar lebih sesuai dengan situasi. Fitria Zahwa Aula menegaskan prinsip responsif ini:

“Kalau respons tidak sesuai harapan, kami siapkan klarifikasi atau ganti angle. Keputusan itu selalu kembali ke data yang kami lihat.” (Fitria Zahwa Aula, Head of Media Relation, 2025).

Pendekatan dengan basis umpan balik ini menjadikan Tim Bening *Communication* sebagai organisasi yang terus belajar. Proses evaluasi bukan sekadar penilaian hasil, tetapi juga sarana penguatan kompetensi internal. Dengan siklus *check–evaluate–adjust–act* yang berulang, tim mampu menjaga relevansi strategi dan mempertahankan kecepatan adaptasi dalam lanskap komunikasi yang berubah cepat. Sebagai kesimpulan, tahap umpan balik dan penyesuaian di Bening *Communication* mencerminkan prinsip bahwa strategi bukanlah produk final, melainkan proses hidup yang berevolusi bersama data, publik, dan pengalaman.

4.4.12. Pemanfaatan untuk Hubungan Media dan Pemangku Kepentingan

Salah satu bentuk paling nyata dari pemanfaatan informasi di Bening *Communication* adalah pengelolaan hubungan dengan media dan pemangku kepentingan. Dalam konteks ini, informasi tidak hanya berfungsi sebagai dasar analisis, tetapi juga sebagai alat diplomasi strategis. Hubungan yang baik dengan jurnalis, redaksi, maupun pemangku kepentingan eksternal bergantung pada

seberapa dalam tim memahami pola komunikasi, kebutuhan, serta karakter masing-masing pihak.

Tim PR di Bening *Communication* memanfaatkan data relasional seperti peta jurnalis, rekam jejak pemberitaan, dan preferensi format media. Data ini membantu mereka menentukan urutan pitching, menyusun pesan yang disesuaikan, serta memilih siapa yang paling tepat untuk dihubungi terlebih dahulu. Pendekatan ini bukan sekadar upaya mencari publisitas, tetapi membangun relasi yang bersifat jangka panjang dan saling percaya. Erza Dianti menjelaskan peran data ini dengan gamblang:

“Peta relasi media membantu kami menentukan urutan pitching dan materi yang paling pas untuk tiap redaksi.” (Erza Dianti, *Head of Monitoring*, 2025).

Pendekatan berbasis informasi juga diterapkan untuk pemangku kepentingan non-media seperti lembaga pemerintah, asosiasi industri, atau komunitas mitra. Tim menyesuaikan materi, gaya komunikasi, dan argumen dengan profil serta kepentingan masing-masing pihak. Setiap pertemuan, baik formal maupun informal, selalu disertai dengan bahan pendukung yang relevan dan catatan hasil diskusi untuk keperluan tindak lanjut. Vitria Tenri Melle menegaskan pentingnya proses ini:

“Pertemuan dengan pihak eksternal selalu kami lengkapi dengan bahan yang sesuai profil mereka, lalu hasilnya kami catat untuk bahan langkah berikutnya.” (Vitria Tenri Melle, *PR Consultant*, 2025).

Dengan sistem seperti ini, hubungan eksternal menjadi siklus yang berkelanjutan. Informasi tidak berhenti pada satu interaksi, melainkan terus diperbarui dan disimpan untuk memperkuat basis data organisasi. Catatan tersebut menjadi rujukan lintas proyek, memudahkan pergantian personel, dan menjaga konsistensi dalam membangun reputasi organisasi.

Melalui praktek ini, Bening *Communication* menunjukkan bahwa pengelolaan hubungan media dan pemangku kepentingan tidak dapat dilepaskan dari pengelolaan informasi yang sistematis. Data lebih dari sekedar bahan pendukung strategi komunikasi, tetapi juga fondasi kepercayaan dan kredibilitas yang memastikan setiap pesan diterima dengan tepat oleh pihak yang dituju.

4.4.13. Menggunakan Informasi sebagai alat membaca situasi

Dalam lanskap komunikasi yang serba cepat dan sensitif, Bening *Communication* menempatkan pengelolaan risiko sebagai bagian integral dari pemanfaatan informasi. Setiap keputusan komunikasi, baik yang bersifat reaktif maupun proaktif, selalu didasarkan pada penilaian risiko yang komprehensif. Informasi di sini berfungsi ganda, sebagai rem untuk menahan langkah ketika situasi berpotensi berbahaya, dan sebagai gas untuk mempercepat langkah saat peluang terbuka.

Tim menggunakan berbagai sumber informasi, *monitoring media*, analisis sentimen publik, serta laporan regulasi, untuk memetakan tingkat risiko yang mungkin muncul. Berdasarkan peta risiko tersebut, mereka menyiapkan beberapa jalur respons alternatif agar siap menghadapi skenario yang berbeda. Pendekatan ini dijelaskan oleh Rima Lesmanawati:

“Kami siapkan skenario respon berdasarkan peta risiko. Ada jalur A, B, C, semuanya ditentukan dari informasi yang kami miliki.” (Rima Lesmanawati, *Senior PR Consultant*, 2025).

Proses mitigasi risiko dilakukan melalui kombinasi antara analisis data dan pengalaman intuitif. Ketika isu sensitif muncul, tim melakukan penilaian cepat terhadap sentimen publik, keterkaitan dengan kebijakan pemerintah, dan potensi dampaknya terhadap reputasi klien. Jika risiko dianggap tinggi, strategi komunikasi diatur berlapis: pesan utama dibuat netral, materi pendukung disiapkan untuk kemungkinan klarifikasi, dan daftar pertanyaan sulit beserta jawabannya disusun secara rinci. Vina Ramitha menggambarkan kesiapan ini dengan tepat:

“Kalau risiko tinggi, kami siapkan jawaban untuk pertanyaan sulit. Informasi membuat kami lebih siap.” (Vina Ramitha, *Senior PR Consultant*, 2025).

Pendekatan ini menunjukkan bagaimana informasi berfungsi sebagai instrumen pengendali keputusan. Data bukan hanya mempercepat aksi, tetapi juga menjaga organisasi dari langkah yang gegabah. Dengan adanya sistem dokumentasi risiko dan *learning notes* setelah setiap krisis, tim dapat memperbarui strategi

mereka untuk menghadapi situasi serupa di masa depan. Melalui pemanfaatan informasi sebagai alat membaca situasi, Bening *Communication* bisa membaca konteks, menakar risiko, dan mengambil keputusan berbasis banyak tanpa kehilangan sensitivitas terhadap dinamika publik. Strategi semacam ini diyakini akan membawa komunikasi tetap efektif tanpa mengorbankan integritas dan reputasi klien.

4.4.14. Ringkasan Temuan

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan informasi merupakan inti dari keseluruhan praktek kerja di Bening *Communication*. Tahap ini menandai transisi penting dari pengumpulan dan penataan data menuju proses pengambilan keputusan strategis yang menentukan arah komunikasi. Di sinilah informasi yang semula hanya berupa bahan mentah berubah menjadi dasar pemikiran, pijakan strategi, dan sumber kreativitas. Para informan sepakat bahwa nilai sebuah data tidak terletak pada kelengkapannya, tetapi pada sejauh mana ia mampu diolah menjadi *insight* yang dapat memandu tindakan nyata.

Dalam prakteknya, proses pemanfaatan selalu dimulai dengan analisis terapan yang menyatukan beragam sumber: hasil *monitoring*, riset pasar, laporan media, dan *brief* dari klien. Dari tahap ini, tim mencari pola-pola yang muncul di tengah tumpukan data, isu apa yang sedang menguat, persepsi publik seperti apa yang mendominasi, serta peluang atau ancaman apa yang perlu diantisipasi. Analisis ini bukan sekadar menggabungkan data, tetapi juga membaca keterkaitannya, menemukan *sense of direction* yang kemudian menjadi benang merah strategi. Proses membaca pola ini membutuhkan kolaborasi lintas divisi karena setiap bagian melihat realitas dari sudut yang berbeda, divisi riset melalui angka dan data, divisi *monitoring* melalui wacana publik, divisi konten melalui intuisi audiens, dan konsultan melalui kebutuhan klien.

Setelah pola ditemukan, langkah berikutnya adalah menyintesisnya menjadi *insight* strategis yang bisa dipakai untuk membangun arah kerja. Tahap ini sering menjadi momen paling penting, karena di sinilah data yang awalnya berserakan berubah menjadi pemahaman bersama. *Insight* kemudian diterjemahkan ke dalam

strategi komunikasi yang konkret: menentukan arah pesan, prioritas sasaran, hingga pendekatan yang paling tepat. Strategi disusun ringkas agar mudah digunakan semua fungsi, dan berperan sebagai semacam “kompas kerja” harian yang menjaga agar setiap keputusan tetap berada dalam rel yang sama.

Pemanfaatan informasi tidak berhenti di tataran strategi besar. Data dan insight juga diterjemahkan menjadi pesan penting yang disesuaikan dengan konteks psikologis audiens dan situasi publik yang sedang berlangsung. Di tahap ini, sensitivitas terhadap nada, pilihan kata, dan bukti pendukung menjadi penting. Para informan menjelaskan bahwa satu kalimat yang disesuaikan dengan nada percakapan publik dapat mengubah arah respons terhadap kampanye. Pesan yang baik lahir dari kombinasi antara pemahaman terhadap data, kepekaan terhadap konteks sosial, dan keberanian untuk menyederhanakan inti komunikasi tanpa kehilangan makna.

Informasi yang sudah dimaknai juga dimanfaatkan untuk menentukan channel komunikasi yang paling efektif. Keputusan ini tidak bersifat kebiasaan, tetapi hasil dari pengamatan terhadap data performa channel, kebiasaan konsumsi media audiens, serta analisis kompetitor. *Channel* dengan keterlibatan tinggi mendapatkan prioritas, sementara media yang memiliki jangkauan luas dan nada pemberitaan positif dipilih untuk publikasi utama. Dalam proses ini, informasi berperan sebagai panduan praktis untuk meminimalkan spekulasi dan memastikan setiap langkah kampanye memiliki dasar empiris.

Pemanfaatan informasi juga tampak pada ranah yang lebih taktis. Dalam situasi yang menuntut kecepatan, seperti ketika muncul isu mendadak, data monitoring yang telah diolah menjadi bahan utama dalam merumuskan respons, menyusun rapid statement, atau menentukan waktu terbaik untuk klarifikasi. Kecepatan mengambil keputusan bergantung pada seberapa rapi informasi disiapkan di tahap sebelumnya; arsip yang tertata memungkinkan tim merespons dalam hitungan jam, sedangkan data yang acak sering kali memperlambat seluruh proses. Dalam konteks ini, pemanfaatan informasi tidak sekadar soal kedalaman analisis, tetapi juga soal efisiensi dan kesiapan menghadapi perubahan situasi.

Di dalam tim, praktek pemanfaatan berjalan melalui orkestrasi yang terukur antara peran senior dan junior. Konsultan senior memegang tanggung jawab dalam interpretasi akhir dan penetapan arah, sementara tim junior memperkuat sisi teknis dengan mengolah data, menyiapkan ringkasan, dan membuat prototipe konten. Kejelasan titik serah dalam alur kerja menjadi penting agar setiap fungsi saling menopang, bukan tumpang tindih. Rapat singkat setiap pagi berfungsi menyamakan langkah, memastikan bahwa keputusan kecil harian tetap sejalan dengan strategi besar yang telah disepakati.

Dalam proses ini, format kerja yang ringkas terbukti menjadi penguat efisiensi. Template satu halaman, tabel isu-respons, dan daftar prioritas media dianggap lebih berguna daripada laporan panjang yang jarang dibuka kembali. Semua keputusan penting dicatat dengan singkat, apa yang diputuskan, mengapa, dan berdasarkan data apa, sehingga setiap langkah dapat ditelusuri kembali dengan mudah. Kebiasaan menjaga jejak keputusan ini membantu tim mempertahankan akuntabilitas dan mempersingkat waktu evaluasi.

Namun, meskipun praktek pemanfaatan informasi di Bening *Communication* telah berjalan dengan baik, beberapa tantangan masih dirasakan. Tekanan waktu dari klien sering kali membuat proses analisis dilakukan secara cepat dan situasional. Ketimpangan peran antara senior dan junior juga masih terlihat, di mana analisis mendalam cenderung didominasi oleh konsultan senior, sementara staf junior lebih fokus pada pengumpulan dan perapihan data. Di sisi lain, proses analitik masih banyak dilakukan secara manual, karena belum semua tim memiliki akses ke perangkat digital yang bisa mempercepat pembacaan data dalam volume besar. Kondisi ini menyebabkan sebagian potensi data belum termanfaatkan sepenuhnya.

Selain itu, sejumlah insight berharga kerap muncul secara spontan dari diskusi informal atau ide mendadak saat rapat, tetapi tidak selalu terdokumentasi dengan baik. Para informan menyadari bahwa tanpa pencatatan yang cepat, banyak gagasan segar yang hilang sebelum sempat diolah lebih lanjut. Tantangan-tantangan ini menunjukkan bahwa meskipun kesadaran terhadap pentingnya

informasi sudah tinggi, infrastruktur dan budaya dokumentasi masih perlu diperkuat agar siklus pemanfaatan dapat berjalan lebih optimal.

Kendati demikian, seluruh informan memiliki pandangan yang relatif seragam tentang bentuk praktek ideal. Mereka membayangkan sistem kerja yang lebih terstandar dengan template analisis yang seragam, mekanisme *knowledge sharing* di akhir setiap proyek, serta penggunaan alat bantu digital seperti *social listening tools* dan *sentiment analysis* untuk mempercepat pembacaan data. Dengan sistem semacam ini, hasil analisis tidak hanya lebih cepat dan akurat, tetapi juga dapat diakses oleh semua level tim tanpa bergantung pada individu tertentu. Beberapa konsultan juga menekankan pentingnya pelibatan staf junior dalam proses analisis, bukan sekadar pengumpulan data, agar transfer pengetahuan dapat berlangsung lebih seimbang.

Dari banyak wawancara dan observasi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan informasi di Bening *Communication* telah menjadi jantung dari praktek konsultan PR yang berbasis data dan reflektif. Informasi tidak berhenti pada pengumpulan atau penataan, melainkan bergerak aktif di seluruh rantai kerja, dari analisis strategi hingga keputusan taktis. Proses ini memperlihatkan bagaimana agensi mempraktekkan keseimbangan antara struktur dan fleksibilitas: struktur untuk menjaga konsistensi data, dan fleksibilitas untuk merespons dinamika yang berubah setiap hari. Melalui pola kerja semacam ini, Bening *Communication* menegaskan peran informasi diakui lebih dari sekedar sebagai alat bantu, tetapi sebagai sumber daya strategis yang menentukan arah, kecepatan, dan kualitas setiap keputusan komunikasi.

4.5. Evaluasi pengorganisasian Informasi

4.5.1. Mengapa Evaluasi Menjadi Penentu Mutu Siklus Informasi

Di Bening *Communication*, evaluasi tidak dipahami sebagai kegiatan administratif penutup proyek, melainkan sebagai simpul yang menyatukan seluruh tahapan pengorganisasian informasi, mulai dari briefing, pengumpulan data, penataan, hingga pemanfaatan. Evaluasi berfungsi untuk menutup satu siklus dan sekaligus membuka siklus berikutnya, menjadikannya bagian vital dari proses

pembelajaran organisasi (*organizational learning*). Dalam prakteknya, evaluasi bukan hanya alat ukur kinerja, tetapi juga wahana refleksi kolektif untuk mengidentifikasi apa yang berhasil, apa yang perlu diperbaiki, dan bagaimana hal itu memengaruhi cara berpikir tim ke depan.

Para informan menunjukkan kesepahaman lintas peran bahwa tanpa evaluasi, informasi berhenti sebagai arsip; dengan evaluasi, informasi berubah menjadi pengetahuan yang hidup dan produktif. Evaluasi memberikan konteks atas angka, alasan di balik hasil, serta arah perbaikan untuk proyek berikutnya. Vina Ramitha menegaskan peran ganda laporan evaluasi: “*Laporan akhir itu bukan hanya untuk klien, tapi juga untuk kami supaya tahu apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki.*” (Vina Ramitha, *Senior Consultant*, 2025).

Evaluasi di Bening *Communication* memiliki dua dimensi yang berjalan bersamaan. Pertama, fungsi akuntabilitas eksternal: memastikan bahwa hasil kerja dapat dipertanggungjawabkan kepada klien melalui laporan yang jelas, terukur, dan berbasis data. Kedua, fungsi refleksi internal: menyerap pelajaran dari pengalaman lapangan agar kelemahan tidak terulang dan praktek terbaik bisa diadaptasi di proyek berikutnya.

Proses ini juga memperkuat budaya transparansi. Evaluasi bukan sekadar alat penilaian kinerja individu, melainkan forum pembelajaran kolektif di mana setiap anggota tim bebas menyampaikan pengalaman, kendala, maupun ide perbaikan. Hasilnya tidak hanya berupa dokumen, tetapi juga rekomendasi operasional, seperti revisi SOP, penyesuaian format laporan, atau perubahan metode koordinasi antardivisi.

Jadi diakui bahwa, evaluasi berperan sebagai “jembatan balik” yang memastikan pengetahuan tidak menguap setelah proyek selesai. Ia menjadi ruang di mana strategi diuji, pengalaman diproses, dan informasi didaur ulang menjadi pedoman kerja baru. Pendekatan ini menjadikan evaluasi sebagai indikator kedewasaan organisasi, menandai bahwa Bening *Communication* tidak hanya mendorong operasinya untuk bekerja cepat, tetapi juga belajar dari setiap langkah yang diambil.

4.4.2 Ruang dan Bentuk Evaluasi: Dari Angka ke Cerita

Temuan lapangan menunjukkan bahwa Bening *Communication* memiliki tradisi evaluasi yang cukup sistematis dan berlapis. Evaluasi dilakukan melalui kombinasi antara pendekatan kuantitatif dan kualitatif, memastikan hasil kerja tidak hanya dihitung tetapi juga dipahami. Pada dimensi kuantitatif, *coverage report* menjadi instrumen utama untuk menilai performa media. Dokumen ini memuat jumlah publikasi, daftar media, nilai PR (*advertising value equivalency*), serta persebaran isu di ruang publik. Arief Burhanuddin menjelaskan perannya:

“*Coverage report berisi berapa berita yang keluar, di media mana, sekaligus PR value-nya, itu jadi pegangan awal bagi klien dan kami.*” (Arief Burhanuddin, *Data & Research Officer*, 2025).

Namun, angka saja tidak cukup untuk menangkap dinamika komunikasi. Karena itu, Bening *Communication* melengkapi laporan kuantitatif dengan *debrief report* yang berfokus pada konteks pelaksanaan kegiatan, terutama untuk *event-based campaign*. Dokumen ini mencatat kehadiran tamu, pertanyaan dari jurnalis, reaksi publik, serta catatan teknis yang menjadi pembelajaran langsung bagi tim. Ria menjelaskan rutinitas ini:

“*Habis event selalu ada debrief: siapa hadir, pertanyaan apa yang muncul, dan apa yang kurang. Itu memudahkan saat menyiapkan event berikutnya.*” (Ria, *PR Consultant*, 2025).

Di tingkat strategis, *campaign report* berfungsi sebagai puncak refleksi. Dokumen ini tidak hanya menghimpun data hasil, tetapi juga menjawab pertanyaan “mengapa” di balik keberhasilan atau kegagalan suatu strategi. Rima Lesmanawati menekankan perbedaan fungsi laporan ini:

“*Campaign report lebih komprehensif, bukan sekadar menghitung exposure, tapi juga menjelaskan kenapa berhasil atau kurang.*” (Rima Lesmanawati, *Senior Consultant*, 2025).

Selain dokumen formal, evaluasi juga dilakukan secara kolaboratif melalui rapat lintas divisi. Forum ini menjadi tempat bertemunya angka dengan narasi, data dengan intuisi lapangan. Deddy Sinaga menggambarkan manfaatnya:

“Setelah kampanye besar, kami adakan rapat evaluasi untuk membahas apa yang jalan dan apa yang macet; dari situ muncul insight yang bisa dipakai lagi.” (Deddy Sinaga, *Content Manager*, 2025).

Melalui berbagai bentuk tersebut, evaluasi di *Bening Communication* berfungsi sebagai proses sintesis yang mengubah angka menjadi cerita, dan cerita menjadi pedoman. Sebagai sebuah proses, posisi evaluasi tidak sekedar menutup proyek, tetapi membuka jalan bagi inovasi strategi berikutnya.

4.4.3 Bagaimana Evaluasi Dibuat: Alur, Aktor, dan Titik Koordinasi

Proses pembuatan evaluasi di *Bening Communication* memperlihatkan pola kerja yang kolaboratif dan terstruktur, meskipun dilakukan di bawah tekanan waktu yang tinggi. Berdasarkan keterangan informan, alur evaluasi dimulai dengan pengumpulan dokumen pekerjaan yang tersebar di berbagai *channel* dan *platform*. Arsip, dokumen dan materi tersebut termasuk kliping berita, performa *channel* digital, *screenshot* percakapan penting, materi *pitching*, hingga naskah Q&A yang digunakan di lapangan. Semua bahan tersebut dikumpulkan secara paralel sambil dilakukan penyelarasan data, memastikan tanggal, *channel*, dan metrik yang digunakan seragam agar dapat dibandingkan secara valid.

Tahap berikutnya adalah penyusunan dokumen evaluasi. Pada fase ini, tim membagi peran antara anggota junior dan senior. Junior bertanggung jawab dalam konsolidasi data dan visualisasi awal, seperti pembuatan tabel sorotan atau grafik tren, sedangkan senior bertugas menulis bagian interpretatif, menjelaskan sebab-akibat di balik angka dan menegaskan rekomendasi strategis yang dapat diimplementasikan. Pembagian ini bukan sekedar hierarki kerja, tetapi cara memastikan keseimbangan antara ketelitian teknis dan kedalaman analitis.

Dalam praktek sehari-hari, ritme kerja yang cepat mendorong penerapan sistem “serah harian”. Draf angka diserahkan pada pagi hari, dilanjutkan dengan penulisan narasi pada sore hari, dan kemudian dilakukan penyuntingan akhir keesokan paginya sebelum laporan dikirim ke klien atau rapat evaluasi internal.

Model ini membantu menjaga produktivitas sekaligus menghindari penundaan analisis. Vina Ramitha menggambarkan pentingnya ketepatan ritme kerja tersebut:

“Kalau tidak ada sistem serah harian, laporan bisa tertunda dan akhirnya insight-nya hilang karena kami sudah keburu masuk proyek baru.” (Vina Ramitha, Senior Consultant, 2025).

Selain itu, format evaluasi sering kali disesuaikan dengan konteks penggunaannya. Untuk keperluan internal, format ringkas seperti *executive summary* atau tabel visual digunakan sebagai bahan diskusi cepat. Namun, ketika klien memintanya, hasil tersebut dikembangkan menjadi laporan komprehensif. Arief Burhanuddin menegaskan bahwa pendekatan ini menjaga fokus evaluasi tetap pada substansi, bukan kemasan:

“Kami prioritaskan isi dulu, data dan analisis, baru kalau klien butuh versi panjang, itu kami rapikan.” (Arief Burhanuddin, Data & Research Officer, 2025).

Dengan alur kerja yang demikian, evaluasi di *Bening Communication*, selain sebagai produk dokumentatif, juga menjadi proses reflektif yang memungkinkan organisasi belajar sambil bergerak.

4.4.4. Praktek Sehari-hari: Konsisten di Kuantitatif, Bervariasi di Analitis

Dalam praktek sehari-hari, evaluasi di *Bening Communication* menunjukkan konsistensi pada aspek kuantitatif, tetapi variasi signifikan pada kedalaman analisis. Setiap proyek hampir selalu memiliki data standar berupa *coverage*, *reach*, dan *engagement*, namun tingkat elaborasinya sangat bergantung pada siapa yang memimpin proyek serta berapa banyak waktu yang tersedia untuk refleksi.

Pada proyek yang ditangani oleh konsultan senior, laporan evaluasi umumnya lebih tajam karena memasukkan analisis “mengapa”, menjelaskan hubungan antara lonjakan pemberitaan dengan momentum tertentu atau menguraikan alasan mengapa pesan tertentu kurang efektif. Sebaliknya, pada proyek dengan tenggat ketat, evaluasi cenderung berhenti di level “apa yang terjadi” tanpa sempat menggali lapisan “mengapa” atau “bagaimana memperbaikinya”. Anisa Maryani menjelaskan variasi ini secara lugas:

“Ada tim yang membuat summary lengkap dengan tabel dan analisis; ada juga yang sebatas kumpulan data. Kualitas evaluasi sangat tergantung siapa yang pegang proyek.” (Anisa Maryani, Data & Research Officer, 2025).

Selain faktor sumber daya manusia, kebutuhan klien juga menentukan arah dan bentuk evaluasi. Ketika klien hanya meminta laporan kuantitatif, ruang bagi refleksi strategis otomatis menyempit. Namun, tim tetap berusaha menyisipkan pembelajaran internal untuk kebutuhan organisasi, meski tidak selalu tertulis dalam laporan akhir. Fitria Zahwa Aula menjelaskan kompromi ini:

“Sering kali klien hanya minta data exposure; untuk internal kami ingin ada analisis lebih, tapi kalau waktunya mepet ya sulit.” (Fitria Zahwa Aula, Head of Media Relation, 2025).

Perbedaan kedalaman analisis ini memperlihatkan bagaimana faktor manusia, waktu, dan orientasi klien bersama-sama membentuk karakter evaluasi organisasi PR ini. Di sisi lain, kondisi ini juga menegaskan pentingnya standarisasi agar pembelajaran organisasi tidak bergantung pada individu semata. Meski variasi dianggap wajar, para informan sepakat bahwa memperkuat disiplin analisis merupakan langkah penting untuk meningkatkan kualitas keputusan di masa depan.

4.4.5. Tantangan Utama. Waktu, Format, dan Ketergantungan Individu

Evaluasi, meskipun diakui sebagai tahap penting, sering kali menjadi korban ritme kerja agensi yang cepat. Hampir semua informan menyebut waktu sebagai kendala paling krusial. Setelah sebuah kampanye selesai, tim biasanya segera berpindah ke proyek berikutnya, menyisakan sedikit ruang untuk menulis refleksi mendalam. Akibatnya, evaluasi sering disusun secara terburu-buru atau ditunda hingga momentum pembelajaran hilang. Erza Dianti menggambarkan dilema ini dengan jujur:

“Karena ritme kerja, kami sering langsung masuk ke proyek berikutnya sehingga evaluasi yang mendalam tidak sempat dibuat.” (Erza Dianti, Head of Monitoring, 2025).

Tantangan berikutnya adalah ketidakkonsistenan format. Tanpa adanya template baku lintas divisi, setiap tim atau individu cenderung menggunakan gaya

dokumentasi sendiri. Perbedaan ini tidak hanya mempersulit perbandingan lintas proyek, tetapi juga menghambat upaya organisasi dalam membangun basis data jangka panjang. Arief Burhanuddin menegaskan dampaknya:

“Belum ada template evaluasi yang seragam; saat mencari referensi lama, formatnya berbeda-beda.” (Arief Burhanuddin, Data & Research Officer, 2025).

Selain format, ketergantungan pada individu juga menjadi persoalan serius. Banyak arsip evaluasi yang masih disimpan secara pribadi di laptop anggota tim, bukan di folder bersama. Ketika terjadi rotasi personel atau pergantian proyek, laporan dan catatan penting kerap sulit ditemukan. Rima Lesmanawati mengomentari risiko ini:

“Kalau orangnya resign atau pindah, ada kemungkinan laporan hilang karena tidak semuanya masuk ke folder bersama.” (Rima Lesmanawati, Senior Consultant, 2025).

Masalah-masalah ini memberikan gambaran bahwa tantangan evaluasi selain persoalan teknis, juga persoalan struktural. Dibutuhkan sistem yang memastikan bahwa waktu refleksi dilindungi, format distandardisasi, dan penyimpanan data terpusat. Dengan perbaikan di tiga area tersebut, evaluasi tidak lagi menjadi beban tambahan, melainkan menjadi investasi strategis yang memperkuat kapasitas organisasi untuk belajar dan beradaptasi secara berkelanjutan.

4.4.6. Fungsi Evaluasi bagi Perbaikan Strategi: Dari Pelajaran ke Kebiasaan

Bagi tim di Bening *Communication*, evaluasi bukan sekadar tahap penutup proyek, tetapi mekanisme pembelajaran yang terus diperbarui. Setiap laporan, diskusi, atau catatan hasil kampanye menjadi sumber untuk memperbaiki pola kerja, baik pada tingkat individu maupun organisasi. Dari hasil wawancara, tampak bahwa proses ini berjalan secara organik: pelajaran dari satu proyek cepat diubah menjadi kebiasaan baru yang lebih efisien dan tepat sasaran.

Hasil evaluasi digunakan untuk memurnikan berbagai aspek strategi, mulai dari urutan pitching jurnalis yang lebih efektif hingga pemilihan format konten yang paling disukai audiens. Setiap temuan tidak berhenti sebagai dokumentasi,

tetapi segera diterjemahkan menjadi *rule of thumb*, aturan praktis yang memperpendek waktu belajar tim di proyek berikutnya. Vina Ramitha menjelaskan bagaimana kebiasaan ini terbentuk:

“Kami tidak menunggu proyek selesai untuk memperbaiki pola kerja. Begitu tahu apa yang efektif, kami langsung ubah cara kerjanya di proyek berjalan.” (Vina Ramitha, Senior Consultant, 2025).

Di divisi konten, evaluasi membantu mengidentifikasi bagian mana dari materi yang paling resonan dengan audiens. Dari situ, tim memperkuat *hook* cerita, memperjelas bukti pendukung, atau menyederhanakan struktur narasi agar lebih mudah dipahami. Sementara itu, di divisi media relations, hasil evaluasi memperbarui daftar prioritas *outlet media*, mengelompokkan jurnalis berdasarkan minat topik, serta menyesuaikan gaya komunikasi tiap redaksi. Fitria Zahwa Aula menegaskan:

“Evaluasi itu jadi semacam panduan tak tertulis; dari data kami tahu media mana yang efektif dan kapan waktu terbaik untuk pitching.” (Fitria Zahwa Aula, Head of Media Relation, 2025).

Dari berbagai pendapat di atas bisa kita ambil kesimpulan bahwa fungsi utama evaluasi adalah menilai hasil, sekaligus menginternalisasi pola kerja yang terbukti berhasil. Dalam organisasi evaluasi berperan sebagai jembatan antara pengalaman dan perbaikan sistematis, membentuk kebiasaan reflektif di tengah ritme kerja agensi yang cepat. Ketika pelajaran proyek sebelumnya dioperasionalkan menjadi kebiasaan, efisiensi meningkat, koordinasi lebih lancar, dan strategi komunikasi menjadi semakin adaptif terhadap dinamika publik.

4.4.7. Harapan terhadap Praktek Ideal: Standar, Forum Bersama, dan Repositori

Wawancara dengan para informan memperlihatkan kesadaran kolektif bahwa praktik evaluasi di Bening *Communication* perlu diperkuat dengan tiga pilar utama: standarisasi, forum lintas divisi, dan penyimpanan data atau dokumen yang terintegrasi. Ketiganya dipandang sebagai prasyarat agar evaluasi menjadi alat pembelajaran organisasi yang konsisten dan berkelanjutan. Pilar pertama adalah

SOP dan template baku. Selama ini, perbedaan gaya laporan di setiap tim membuat hasil evaluasi sulit dibandingkan atau digunakan ulang. Format ideal yang diharapkan bersifat ringkas, namun tetap mencakup data, interpretasi, dan rekomendasi strategis. Fitria Zahwa Aula menegaskan pentingnya langkah ini:

“Perlu SOP evaluasi agar semua laporan punya format yang sama, dari coverage, debrief, sampai campaign report.” (Fitria Zahwa Aula, Head of Media Relation, 2025).

Pilar kedua adalah forum evaluasi lintas divisi yang dilakukan secara berkala. Forum ini berfungsi sebagai ruang berbagi temuan, kesalahan, dan strategi efektif yang muncul di setiap proyek. Dengan forum seperti ini, pembelajaran tidak berhenti pada tim pelaksana, tetapi menyebar menjadi pengetahuan bersama yang memperkuat seluruh organisasi. Deddy Sinaga menekankan manfaatnya:

“Kalau evaluasi hanya di satu tim, insight-nya terbatas. Perlu forum bersama supaya semua divisi mendapat pelajaran yang sama.” (Deddy Sinaga, Content Manager, 2025).

Pilar ketiga adalah pembangunan repositori evaluasi (Penyimpanan hasil evaluasi) yang terintegrasi dan mudah diakses. Repositori ini diharapkan menjadi bank pengetahuan digital yang menyimpan seluruh laporan, data, dan keputusan dalam format seragam. Dengan sistem tersebut, tim dapat melakukan *re-use* atas pengalaman terdahulu tanpa harus memulai dari awal. Anisa Maryani menegaskan urgensinya:

“Evaluasi itu bukan sekadar untuk laporan ke klien, tetapi untuk internal knowledge. Tanpa itu, pengalaman hilang begitu saja.” (Anisa Maryani, Data & Research Officer, 2025).

Dengan ketiga elemen tersebut, evaluasi diharapkan tidak lagi menjadi aktivitas insidental, melainkan praktek sistematis yang menjaga kesinambungan mutu dan memperkuat identitas profesional sebagai agensi yang memiliki basis data dan pembelajaran yang kuat.

4.4.8. Sintesis Temuan

Evaluasi sebagai Penjaga Memori Organisasi Menarik garis dari seluruh temuan, evaluasi di Bening *Communication* berfungsi sebagai mekanisme yang menjaga kesinambungan pengetahuan organisasi. Ia tidak hanya mendokumentasikan apa yang telah dilakukan, tetapi juga menafsirkan pengalaman kerja menjadi prinsip dan kebiasaan baru. Evaluasi mengikat kembali seluruh tahapan pengorganisasian informasi, dari pengumpulan, penataan, hingga pemanfaatan, ke dalam satu siklus pembelajaran yang terus berputar.

Dengan cara ini, evaluasi membantu mengonversi pengalaman individual menjadi pengetahuan kolektif. Hasilnya adalah bentuk *institutional memory*, memori organisasi yang hidup, yang membuat setiap proyek berikutnya lebih matang dan efisien. Deddy Sinaga menggambarkan fungsi ini secara tepat:

“Evaluasi itu membuat tim tidak mulai dari nol; kami sudah tahu pola mana yang berhasil dan mana yang harus dihindari.” (Deddy Sinaga, Content Manager, 2025).

Namun, efektivitas fungsi ini masih dihadapkan pada sejumlah tantangan. Ritme kerja agensi yang cepat sering kali mengorbankan ruang refleksi. Standar format laporan belum seragam, dan penyimpanan data masih tersebar di berbagai perangkat personal. Kendati demikian, kesadaran kolektif mengenai pentingnya evaluasi sudah tumbuh kuat di antara para praktisi. Mereka bukan hanya mengakui manfaatnya, tetapi juga secara aktif membayangkan bentuk idealnya. Rima Lesmanawati menegaskan arah perbaikan yang dibutuhkan:

“Kalau nanti ada SOP, forum lintas divisi, dan sistem penyimpanan yang terpusat, hasil kerja kita akan jauh lebih konsisten dan mudah dipelajari lagi.” (Rima Lesmanawati, Senior Consultant, 2025).

Dengan langkah-langkah tersebut, evaluasi dapat berkembang dari aktivitas administratif menjadi mesin pembelajaran strategis. Evaluasi juga menjaga agar setiap proyek meninggalkan jejak yang dapat dilacak, dimaknai, dan digunakan kembali. Dalam kondisi ini, evaluasi menjadi wujud konkret dari *organizational intelligence*, kecerdasan kolektif yang memungkinkan Bening *Communication* untuk terus beradaptasi, mempertajam strategi, dan memperkuat daya saing di lanskap komunikasi yang terus berubah.

4.5. Koordinasi Lintas Tim

4.5.1. Mengintegrasikan Arus Informasi dan Kesatuan Strategi

Koordinasi lintas tim merupakan elemen penting yang menjahit seluruh tahapan pengorganisasian informasi di Bening *Communication*, mulai dari briefing, pengumpulan data, penataan dan dokumentasi, pemanfaatan untuk strategi, hingga evaluasi. Tanpa koordinasi yang efektif, setiap tahap dapat berjalan secara terpisah, menyebabkan informasi kehilangan konteks dan strategi komunikasi menjadi tidak konsisten. Karena itu, koordinasi lintas tim berfungsi sebagai ruang temu, tempat berbagai fungsi dalam agensi saling berbagi pemahaman, memperbarui data, dan menyepakati arah tindakan bersama.

4.5.2. Koordinasi sebagai Pengikat Proses

Berdasarkan temuan wawancara, koordinasi lintas tim di Bening *Communication* dipandang bukan hanya sebagai kegiatan manajerial, melainkan bagian dari proses berpikir bersama. Tiap tim membawa potongan informasi yang berbeda, tim riset membawa data dan insight lapangan, tim konten membawa ide naratif, tim media memiliki pemahaman terhadap channel dan wartawan, sementara tim monitoring menyajikan dinamika opini publik. Melalui koordinasi, potongan-potongan tersebut dirangkai menjadi satu kesatuan yang utuh.

Salah satu informan menjelaskan,

“Kalau satu tim jalan sendiri-sendiri, hasilnya seperti puzzle yang tidak nyambung. Koordinasi harian itu memastikan potongan informasi dari riset, konten, dan media bisa disatukan sebelum diputuskan jadi strategi.” (Asteria Theresia, Senior PR Consultant, wawancara, 2025).

Koordinasi semacam ini tidak selalu bersifat formal. Dalam banyak kasus, terjadi kombinasi antara rapat rutin dan komunikasi spontan melalui *channel* digital seperti WhatsApp atau *Google Chat*. Rapat rutin digunakan untuk membahas agenda mingguan, laporan monitoring, dan progres pekerjaan lintas divisi. Sementara komunikasi spontan berfungsi sebagai jembatan cepat ketika ada kebutuhan klarifikasi atau perubahan mendadak.

Pola dan Frekuensi Koordinasi

Bening *Communication* memiliki dua pola koordinasi utama: koordinasi terjadwal dan koordinasi responsif. Koordinasi terjadwal dilakukan secara reguler setiap awal minggu dan pertengahan minggu. Tujuannya untuk menyelaraskan prioritas proyek, menyepakati pembagian tugas, serta mengevaluasi hasil kerja sebelumnya. Pada sesi ini, biasanya setiap divisi diberikan kesempatan memaparkan temuan atau kebutuhan baru dari proyek yang sedang berjalan.

Sementara koordinasi responsif terjadi ketika muncul isu yang membutuhkan keputusan cepat. Dalam situasi seperti itu, tim tidak perlu menunggu rapat resmi. Salah satu anggota tim bisa langsung menginisiasi komunikasi melalui grup proyek untuk memastikan semua pihak mengetahui konteks dan tindak lanjut yang dibutuhkan. Informan menjelaskan pentingnya jadwal koordinasi yang jelas agar ritme kerja tetap sinkron:

“Kami punya semacam jadwal titik serah, misalnya jam 11 laporan monitoring, jam 4 draft konten pertama. Jadi setiap tim tahu kapan harus menunggu dan kapan harus bergerak. Ini mencegah tumpang tindih dan kehilangan momentum.” (Ria, PR Consultant, wawancara pribadi, 2025).

Dari hasil observasi, pola kerja tersebut terbukti membantu tim menjaga ritme kerja antar fungsi. Selain mencegah keterlambatan, jadwal titik serah juga menciptakan transparansi: setiap anggota tim mengetahui posisi pekerjaan dan tenggat waktu tim lain.

1. Arus Informasi dan Mekanisme koordinasi Informasi

Koordinasi lintas tim berfungsi memastikan arus informasi berjalan dua arah dan dapat dilacak. Setiap tahapan kerja memiliki titik koordinasi informasi, yakni momen ketika hasil kerja satu fungsi diserahkan kepada fungsi berikutnya untuk dikembangkan. Misalnya, hasil pemantauan media oleh tim *monitoring* diserahkan kepada tim riset untuk dianalisis lebih dalam, lalu dirangkum menjadi insight yang digunakan tim konten dalam membuat strategi pesan.

Proses serah-terima ini selalu disertai dokumen pendukung seperti laporan, ringkasan temuan, atau catatan analisis. Dokumen tersebut disimpan dalam folder

proyek bersama di *Google Drive* dengan sistem penamaan seragam agar mudah dicari. Semua pembaruan harus mencantumkan tanggal dan nama pembuat, sehingga setiap perubahan dapat dilacak kembali.

Dengan sistem ini, koordinasi memang tidak bergantung pada bergantung pada pertemuan langsung, tetapi juga didukung oleh struktur dokumentasi digital yang rapi. Setiap anggota tim dapat mengakses versi terbaru dari dokumen tanpa perlu menunggu kiriman manual. Hal ini terbukti mempercepat alur kerja, terutama pada proyek yang melibatkan beberapa klien atau kampanye sekaligus.

2. Dinamika dan Tantangan

Meskipun sistem koordinasi berjalan baik, terdapat beberapa tantangan yang ditemukan di lapangan. Salah satunya adalah perbedaan prioritas antar tim. Dalam proyek multi-channel, setiap fungsi sering kali memiliki urgensi berbeda. Tim konten, misalnya, berorientasi pada tenggat kreatif, sementara tim monitoring berfokus pada kecepatan pelaporan isu. Kondisi ini kadang menimbulkan ketegangan kecil dalam menentukan skala prioritas.

Tantangan lain adalah beban waktu koordinasi. Dalam periode tertentu, terutama saat kampanye besar berlangsung, jumlah rapat dan komunikasi lintas tim bisa sangat tinggi. Beberapa informan menyebut bahwa terlalu banyak koordinasi justru bisa menghambat waktu eksekusi. Namun, sebagian besar mengakui bahwa koordinasi tetap lebih baik dilakukan secara rutin untuk menghindari miskomunikasi.

Selain itu, muncul juga persoalan tanggung jawab keputusan. Karena banyak keputusan dibuat secara kolektif, terkadang sulit menentukan siapa yang menjadi penanggung jawab akhir untuk satu keputusan strategis. Hal ini dapat diatasi dengan kebijakan internal bahwa setiap keputusan akhir tetap dikonfirmasi melalui *Minutes of Meeting* (MoM) yang ditandatangani oleh *Account Director* atau *Project Leader*.

4.5.3. Praktek Pendokumentasian Keputusan

Dokumentasi hasil koordinasi menjadi aspek penting yang menjamin keberlanjutan proses kerja. Setiap pertemuan, baik formal maupun informal, harus memiliki *Minutes of Meeting* yang berisi poin pembahasan, keputusan, penanggung jawab, dan tenggat waktu. Dokumen ini berfungsi sebagai pedoman bagi seluruh tim untuk memastikan keputusan telah disepakati bersama. Salah satu informan dari tim riset menjelaskan manfaat dari dokumentasi ini:

“Koordinasi membantu kami memahami data dari sisi makna. Kadang angka engagement tinggi, tapi setelah dibahas lintas tim, kami tahu itu karena isu yang sebenarnya negatif. Tanpa diskusi, interpretasi bisa salah arah.” (Anisa Maryani, Data & Research Officer, wawancara, 2025).

Kutipan tersebut menggambarkan bahwa koordinasi tidak hanya bertujuan menyamakan langkah, tetapi juga menyamakan makna terhadap data dan temuan lapangan. Melalui diskusi lintas fungsi, setiap tim dapat memverifikasi interpretasinya sebelum hasilnya dijadikan dasar strategi komunikasi.

Dokumentasi hasil koordinasi juga menjadi dasar pembelajaran untuk proyek berikutnya. Setiap keputusan penting disimpan dalam folder khusus *“Decision Log”*, yang berfungsi sebagai catatan referensi. Ketika menghadapi situasi serupa, tim dapat melihat kembali bagaimana keputusan dibuat dan apa dasar pertimbangannya. Hal ini memperkuat kapasitas pembelajaran organisasi dari waktu ke waktu.

4.5.4. Komunikasi Internal dan Transparansi

Salah satu ciri khas koordinasi lintas tim di Bening *Communication* adalah keterbukaan informasi. Tidak ada pembatasan akses antar divisi terhadap dokumen proyek, kecuali untuk hal-hal yang bersifat sensitif seperti kontrak atau data klien. Setiap anggota tim dapat melihat progres kerja tim lain melalui repositori proyek bersama.

Selain repositori digital, grup komunikasi daring juga memainkan peran penting dalam menjaga keterhubungan antar tim. Meskipun sederhana, praktek ini memastikan bahwa setiap informasi penting segera diketahui oleh semua anggota

proyek. Pesan-pesan singkat seperti pembaruan status, peringatan tenggat waktu, atau konfirmasi revisi menjadi bagian dari ritme komunikasi sehari-hari.

Dari hasil observasi, transparansi seperti ini meningkatkan rasa tanggung jawab bersama. Setiap tim merasa menjadi bagian dari keseluruhan proses, bukan hanya menjalankan tugas individu. Hal ini memperkuat rasa kepemilikan dan kolaborasi dalam setiap proyek yang dijalankan.

Evaluasi dan Pembelajaran Bersama

Koordinasi lintas tim tidak berhenti pada tahap eksekusi, tetapi juga berlanjut hingga tahap evaluasi. Setelah setiap kampanye atau proyek selesai, diadakan sesi *retrospective review* untuk menilai efektivitas kerja tim. Dalam sesi ini, setiap fungsi menyampaikan pembelajaran, kendala, serta saran perbaikan.

Hasil evaluasi tersebut biasanya dicatat dan dibahas kembali pada pertemuan awal proyek berikutnya. Dengan cara ini, koordinasi lintas tim tidak hanya menjadi sarana penyalarsan pekerjaan, tetapi juga wahana pembelajaran kolektif yang berkesinambungan.

Para informan menekankan bahwa pola komunikasi seperti ini membantu memperkuat hubungan antar fungsi dan mendorong munculnya inisiatif baru. Ketika ada masalah dalam koordinasi sebelumnya, biasanya langsung diperbaiki di proyek berikutnya. Misalnya, jika ditemukan bahwa alur komunikasi antar tim terlalu panjang, maka dibuat kesepakatan baru untuk mempercepat proses persetujuan.

Dalam seluruh proses koordinasi lintas tim, peran koordinator proyek atau *Account Director* menjadi krusial. Ia berfungsi sebagai penjaga arah komunikasi agar seluruh divisi tetap berjalan dalam kerangka strategi yang sama. Koordinator tidak hanya memimpin rapat, tetapi juga memastikan setiap hasil koordinasi terdokumentasi dengan baik dan disebarkan ke seluruh tim.

Koordinator juga berperan sebagai mediator jika terjadi perbedaan pandangan antar tim. Dalam beberapa kasus, keputusan tidak bisa diambil secara spontan karena melibatkan pertimbangan strategis atau reputasional. Di situasi seperti ini, peran koordinator memastikan keputusan diambil dengan mempertimbangkan seluruh perspektif, tanpa mengorbankan kecepatan kerja.

Kesimpulan Temuan

Secara keseluruhan, koordinasi lintas tim di Bening *Communication* berfungsi sebagai mekanisme utama yang menjaga kesinambungan antar tahap dalam pengorganisasian informasi. Ia memastikan hasil briefing dapat diterjemahkan ke dalam pengumpulan data yang relevan, hasil pengumpulan ditata dengan sistematis, hasil penataan dimanfaatkan secara efektif untuk strategi konten, dan seluruh hasil kegiatan dievaluasi secara reflektif.

Melalui koordinasi lintas tim, setiap proses yang semula berdiri sendiri menjadi saling terhubung. Keputusan di satu tahap tidak lagi berdiri sendiri, tetapi terjalin dengan pertimbangan lintas fungsi. Koordinasi juga memperkuat budaya kerja kolaboratif di mana setiap anggota tim merasa memiliki tanggung jawab bersama terhadap keberhasilan proyek.

Bisa diakui bahwa koordinasi lintas adalah persoal menyamakan arah kerja, dan membangun alur komunikasi yang membuat seluruh tahap pengorganisasian informasi menjadi satu kesatuan yang hidup, konsisten, dan berorientasi pada pembelajaran.

4.5.5. Proses Ideal yang Diharapkan

Dari seluruh temuan mengenai praktek koordinasi lintas tim di Bening *Communication*, para informan sepakat bahwa proses ideal yang diharapkan bukan sekadar lebih sering berkoordinasi, tetapi bagaimana koordinasi itu menjadi sistem yang efisien, adaptif, dan berdaya guna tinggi. Idealnya, koordinasi lintas tim memiliki tiga karakter utama: terstruktur, transparan, dan reflektif.

Dalam versi ideal yang dibayangkan, setiap proyek dimulai dengan *briefing* lintas fungsi yang menghadirkan seluruh perwakilan tim sejak awal, riset, monitoring, konten, media, dan manajemen klien, agar arah dan prioritas dapat dipahami bersama. Dari sesi awal itu, ditetapkan ritme koordinasi standar seperti pertemuan singkat setiap pagi (*daily check-in*) untuk memastikan update status pekerjaan dan mendeteksi hambatan sejak dini. Koordinasi tidak lagi dianggap

sebagai beban administratif, tetapi sebagai bagian dari alur kerja harian yang ringan dan cepat.

Koordinasi yang ideal juga menuntut adanya repositori digital terpadu yang memuat semua dokumen penting seperti *Minutes of Meeting*, laporan monitoring, draft konten, dan catatan keputusan strategis. Akses repositori harus terbuka untuk semua fungsi agar informasi tidak terperangkap pada satu divisi atau individu. Dengan proses tersebut, setiap orang dapat melanjutkan pekerjaan tanpa bergantung pada satu sumber informasi tunggal.

Dalam versi yang lebih maju, sistem koordinasi juga diharapkan memiliki penanggung jawab per titik penyerahan (*handover manager*) untuk memastikan tidak ada data yang hilang di tengah alur antar tim. Koordinasi akan semakin efektif jika disertai penggunaan alat bantu manajemen proyek digital, yang memungkinkan setiap anggota tim memantau progres pekerjaan secara *real-time*, memberikan komentar, dan menandai keputusan langsung di dalam sistem.

Dari sisi budaya kerja, para informan membayangkan koordinasi lintas tim yang ideal sebagai ruang terbuka yang mendorong kepercayaan dan komunikasi setara antar divisi. Setiap anggota, baik senior maupun junior, memiliki hak untuk memberi masukan berdasarkan data dan pengamatan. “Koordinasi yang ideal itu bukan cuma update tugas, tapi ruang diskusi yang bikin semua orang punya suara,” ujar salah satu konsultan senior dalam wawancara lanjutan (Vina Ramitha, Senior PR Consultant, 2025).

Jadi, koordinasi yang ideal selalu diakhiri dengan sesi refleksi setelah proyek selesai. Dalam forum ini, tim mengevaluasi bagaimana koordinasi berjalan, keputusan apa yang efektif, dan bagian mana yang perlu disederhanakan. Hasil evaluasi kemudian dirangkum dan dijadikan referensi untuk memperbaiki pola koordinasi proyek berikutnya. Dengan cara ini, koordinasi tidak hanya menjaga keterpaduan strategi, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme pembelajaran organisasi yang terus hidup dan berkembang.

4.3 PEMBAHASAN

4.3.1 Briefing sebagai Cara Membentuk Pemahaman dan Menyatukan Perspektif

Temuan lapangan menunjukkan bahwa briefing eksternal dan internal di Bening *Communication* tidak sekadar forum instruksi, tetapi merupakan mekanisme pengorganisasian makna yang krusial. Setiap proyek dimulai dengan brief dari klien (*brief* eksternal) yang memuat tujuan, ekspektasi, dan batasan etis. Proses ini kemudian diikuti dengan briefing internal yang menghubungkan makna brief tersebut dengan pengalaman, data, serta intuisi kreatif tim. Dalam kerangka teoretis, praktek ini selaras dengan gagasan *sense-making* Karl Weick (1995), yang memandang organisasi bukan sebagai entitas yang menerima informasi secara pasif, melainkan sebagai sistem yang aktif menafsirkan sinyal-sinyal dari lingkungan untuk menciptakan realitas kerja yang dapat ditindaklanjuti.

Brief eksternal dalam konteks ini berfungsi sebagai fase *enactment*, yakni ketika realitas klien “dipentaskan” melalui bahasa dan narasi mereka. Sementara itu, briefing internal berperan sebagai fase *selection*, ketika agensi menafsirkan dan memilih skema interpretasi yang akan digunakan untuk merespons permintaan klien. Hasilnya, dokumen MoM, template, atau rencana channel yang dihasilkan menjadi bentuk *retention*, yakni pengetahuan yang disimpan dan digunakan kembali dalam proyek berikutnya (Weick, 1995). Jadi disepakati bahwa, *briefing* menjadi jembatan antara konteks eksternal dan sistem internal organisasi.

Dari perspektif Choo (2002), *briefing* juga merupakan arena *joint sense-making*, di mana informasi eksternal seperti isu publik, kebijakan, atau data riset klien dikaitkan dengan skema internal organisasi seperti intuisi tim kreatif dan kapasitas channel. Choo menegaskan bahwa organisasi yang cerdas (*knowing organization*) adalah organisasi yang mampu menghubungkan informasi dengan tindakan melalui tiga proses utama: *sense-making*, *knowledge creation*, dan *decision-making*. Dalam konteks Bening *Communication*, briefing menjadi titik awal dari ketiga proses tersebut.

Selain fungsi makna, *briefing* juga berperan sebagai mekanisme *boundary spanning* (Cutlip, Center, & Broom, 2006). Dalam proses ini, tim PR berperan sebagai penerjemah antara dunia simbolik klien dan dunia operasional agensi.

Mereka mengalihkan bahasa manajerial klien menjadi bahasa strategis dan taktis yang dapat dipahami oleh tim produksi dan konten. Hal ini sejalan dengan prinsip komunikasi dua arah simetris dalam *Excellence Theory* (Grunig & Grunig, 2000), di mana keberhasilan komunikasi bergantung pada kemampuan organisasi memahami kebutuhan pihak lain serta menciptakan pemahaman bersama.

Temuan lapangan memperlihatkan bahwa briefing internal di *Bening Communication* sering kali juga menjadi ruang refleksi, di mana pengalaman proyek sebelumnya dievaluasi secara singkat sebelum proyek baru dimulai. Ini menunjukkan bahwa briefing telah mengandung elemen *learning loop*, di mana kesalahan dan keberhasilan masa lalu dipelajari ulang sebelum langkah baru diambil. Praktek ini memperlihatkan *single-loop learning* (Argyris & Schön, 1978), dan secara implisit mengarah pada *double-loop learning* ketika tim tidak hanya memperbaiki taktik, tetapi juga meninjau kembali asumsi kerja mereka.

Bisa dipahami bahwa, briefing di *Bening Communication* dapat dipahami sebagai praktek yang menggabungkan fungsi *sense-making* (Weick, 1995), *decision platform* (Choo, 2002), serta *boundary spanning* (Cutlip et al., 2006). Briefing memastikan bahwa setiap proyek dimulai dengan makna yang disepakati, basis informasi yang sama serta kesepahaman dengan kebutuhan klien.

4.3.2 Pengumpulan Informasi, Penerapan *Information Behaviour* dan *Environmental Scanning*

Tahap pengumpulan informasi di *Bening Communication* menunjukkan dinamika perilaku informasi sebagaimana digambarkan oleh Thomas D. Wilson (1996). Proses dimulai dari *felt information need*, yakni kebutuhan yang muncul setelah menerima brief klien. Kebutuhan ini menjadi *trigger* yang mendorong tim untuk melakukan *active searching* (menelusuri data pasar, tren media, dan kebijakan) serta *ongoing searching* (monitoring harian terhadap isu dan percakapan publik).

Dalam Model *Information Behaviour*, Wilson (1997) menjelaskan bahwa perilaku pencarian informasi dipengaruhi oleh konteks sosial, psikologis, dan lingkungan. Dalam kasus *Bening Communication*, konteksnya adalah kebutuhan

strategis klien serta tekanan waktu yang tinggi. Faktor ini menjadi *activating mechanism* yang memicu pencarian informasi secara intensif. Intervensi regulasi, seperti Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (PDP) dan kebijakan industri, berfungsi sebagai *intervening variable* yang menstrukturkan perilaku pencarian tim. Artinya, regulasi menjadi batas sekaligus panduan moral bagi apa yang boleh dan tidak boleh diangkat dalam kampanye komunikasi.

Temuan menunjukkan bahwa pengumpulan informasi dilakukan melalui kombinasi metode kuantitatif (data Nielsen, statistik *channel*, dan *insight analytics*) dan kualitatif (observasi media sosial, wawancara informal, serta briefing dengan jurnalis). Pendekatan ini sesuai dengan pandangan Choo (2002) tentang *environmental scanning*, yakni upaya sistematis organisasi untuk mengamati dan menilai kondisi eksternal guna mengenali peluang serta ancaman. Choo mengklasifikasikan empat gaya *scanning*: *undirected viewing*, *conditioned viewing*, *informal search*, dan *formal search*. Dalam praktek *Bening Communication*, keempat gaya ini terlihat: *undirected viewing* melalui observasi tren sosial media, *conditioned viewing* melalui fokus pada isu spesifik klien, *informal search* melalui jaringan media, dan *formal search* melalui riset pasar atau survei publik.

Selain itu, praktek monitoring rutin yang dilakukan oleh divisi media *Bening Communication* merupakan bentuk dari *ongoing search* (Wilson, 1999) sekaligus *sense-making loop* (Weick, 1995). Setiap pagi, hasil monitoring dibahas dalam forum internal untuk mendeteksi potensi isu atau peluang komunikasi. Diskusi ini tidak hanya menyajikan data, tetapi juga makna: apa arti tren ini bagi strategi? bagaimana pengaruhnya terhadap reputasi klien?, pertanyaan-pertanyaan yang mencerminkan proses interpretasi kolektif sebagaimana dijelaskan Choo (2002).

Kombinasi riset manual dan digital yang dilakukan oleh *Bening Communication* juga sejalan dengan prinsip *knowledge acquisition* dalam teori Nonaka & Takeuchi (1995), di mana pengetahuan baru diperoleh dari interaksi antara data eksternal (eksplisit) dan pengalaman internal (tacit). Hasil pengumpulan informasi kemudian dituangkan ke dalam laporan awal dan template yang berfungsi sebagai dasar *decision-making* pada tahap selanjutnya.

Jadi, praktek pencarian dan pengumpulan informasi di *Bening Communication* memperlihatkan integrasi antara teori perilaku informasi Wilson, kerangka *knowing organization* Choo, dan prinsip manajemen pengetahuan Nonaka & Takeuchi. Proses ini memastikan bahwa pencarian data tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga reflektif, menghubungkan kebutuhan strategis klien dengan pemahaman makna sosial dan budaya yang melingkupinya.

4.3.3 Penataan Informasi, Dari Data ke Pengetahuan Kolektif

Tahap penataan informasi di *Bening Communication* berfungsi sebagai jantung pengelolaan pengetahuan. Informasi yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber, media, riset, klien, dan publik, diubah menjadi struktur yang dapat dipahami lintas divisi. Dalam kerangka teori *Knowledge Management* (Nonaka & Takeuchi, 1995), tahap ini dapat dibaca melalui model SECI (*Socialization, Externalization, Combination, Internalization*).

Pada fase *socialization*, pengetahuan tacit dibagikan secara informal melalui brainstorming dan diskusi antardivisi. Insight dari pengalaman pribadi atau intuisi profesional diterjemahkan dalam bentuk diskusi terbuka. Selanjutnya, fase *externalization* terjadi ketika ide-ide tersebut diubah menjadi bentuk eksplisit: *mind map, MoM, issue tree, dan narrative summary*. Dokumen ini memungkinkan pengetahuan yang sebelumnya hanya dimiliki individu menjadi milik kolektif.

Fase *combination* tampak dalam penyusunan tabel monitoring, matriks isu, dan laporan riset yang menggabungkan berbagai sumber eksplisit menjadi satu struktur baru. Proses ini memperlihatkan prinsip *information ecology* sebagaimana dikemukakan oleh Davenport dan Prusak (1998), di mana kualitas keputusan sangat bergantung pada bagaimana informasi dikelola agar tetap hidup, relevan, dan mudah diakses. Penamaan dokumen, versioning, serta konvensi penyimpanan di *Google Drive* adalah contoh konkret dari upaya membangun ekosistem informasi yang berfungsi efektif

Namun, *Bening Communication* juga menghadapi tantangan yang khas bagi organisasi komunikasi modern: risiko *data scattering* dan duplikasi dokumen. Dalam konteks ini, *Records Continuum Theory* (Upward, 1996; McKemmish,

2001) menjadi relevan. Teori ini menolak pandangan linear tentang siklus hidup dokumen, dan menegaskan bahwa setiap *record* (dalam hal ini, file kampanye, laporan, dan strategi) eksis secara simultan dalam empat dimensi: *create*, *capture*, *organize*, dan *pluralize*. Di *Bening Communication*, dokumen strategi yang dibuat untuk satu proyek tidak berhenti setelah kampanye selesai; ia ditangkap kembali sebagai pengetahuan organisasi, diorganisasi untuk referensi masa depan, dan disebarluaskan dalam sesi pelatihan internal sebagai sumber pembelajaran kolektif.

Dari sudut pandang teori *Excellence* (Grunig & Grunig, 2000), proses penataan ini juga merupakan bentuk komunikasi simetris internal, di mana keterbukaan informasi antarbagian mencegah fragmentasi dan mendorong koordinasi. Dengan adanya sistem pengorganisasian informasi yang baik, tim riset, konten, dan media relations dapat bekerja dengan basis data yang sama, mengurangi tumpang tindih, dan mempercepat pengambilan keputusan.

Secara epistemologis, penataan informasi di *Bening Communication* merepresentasikan pergeseran dari *data-driven organization* menuju *knowledge-driven organization*. Data mentah (headline, angka engagement, sentimen) tidak memiliki nilai strategis sebelum ditata menjadi narasi yang bermakna. Melalui template naratif “situasi–tantangan–peluang–rekomendasi”, tim mengubah informasi menjadi *strategic insight* yang siap digunakan untuk menentukan arah komunikasi.

Dari serangkaian data diperoleh kesimpulan bahwa tahap penataan informasi di *Bening Communication* menggambarkan penerapan konkret dari teori Nonaka & Takeuchi (1995), Upward (1996), dan Grunig & Grunig (2000). Meski dengan alur dan pola yang disesuaikan, ada proses pengetahuan yang diciptakan, disimpan, dan didistribusikan sebagai aset strategis organisasi.

4.3.4 Pemanfaatan Informasi: Dari Pengetahuan ke Keputusan Strategis

Tahap pemanfaatan informasi di *Bening Communication* menunjukkan bagaimana data dan insight diubah menjadi strategi komunikasi yang operasional. Dalam kerangka model RACE (Cutlip, Center, & Broom, 2006), tahap ini berada

pada dua elemen utama, *Action* dan *Communication*, yang menjembatani antara hasil riset dan pelaksanaan strategi.

Proses dimulai dari interpretasi hasil penataan informasi menjadi *strategic direction*. Tim strategi menggunakan laporan pengetahuan yang telah terorganisir untuk menentukan pendekatan komunikasi: apakah edukatif, advokatif, atau partisipatif. Dalam perspektif Choo (2002), ini adalah tahap *decision-making* dalam organisasi cerdas, fase di mana pengetahuan yang telah dibangun melalui *sense-making* dan *knowledge creation* dikonversi menjadi tindakan yang terukur.

Penyesuaian pesan dengan hasil riset juga memperlihatkan penerapan *framing theory* (Entman, 1993), di mana organisasi memilih aspek realitas tertentu untuk ditekankan dalam pesan publik. Misalnya, ketika hasil analisis menunjukkan bahwa publik lebih sensitif terhadap aspek sosial dari isu tertentu dibanding ekonomi, tim konten akan menonjolkan narasi solidaritas ketimbang profit. Hal ini memperlihatkan kemampuan organisasi untuk menerjemahkan hasil *sense-making* menjadi *message framing* yang sesuai dengan konteks audiens.

Pemilihan *channel* komunikasi juga bersandar pada prinsip *agenda-setting* (McCombs & Shaw, 1972) dan *two-step flow of communication* (Katz & Lazarsfeld, 1955). Bening *Communication* tidak hanya menargetkan media besar, tetapi juga memilih influencer dan komunitas tertentu sebagai *opinion leaders* yang mampu memperluas efek pesan. Praktek ini sejalan dengan pandangan Grunig & Grunig (2000) bahwa komunikasi yang efektif adalah komunikasi dua arah yang berbasis riset dan menjangkau publik secara strategis.

Dalam konteks digital, pemanfaatan informasi juga berarti kemampuan mengambil keputusan secara *real-time*. Monitoring harian memungkinkan tim untuk menyesuaikan pesan, menahan rilis ketika isu publik sedang sensitif, atau memanfaatkan momentum positif secara cepat. Proses ini memperlihatkan *feedback loop* yang khas dari sistem informasi adaptif sebagaimana dijelaskan oleh Choo (2002): informasi baru terus diintegrasikan ke dalam proses keputusan melalui evaluasi berulang.

Dari perspektif *knowledge management*, pemanfaatan informasi merupakan fase *internalization* (Nonaka & Takeuchi, 1995), di mana pengetahuan eksplisit

(dokumen strategi, laporan riset) diserap menjadi intuisi dan refleksi kerja oleh anggota tim. Ketika pola berpikir strategis ini tertanam dalam kebiasaan, organisasi mencapai *organizational knowing*, yakni kemampuan bertindak secara efektif tanpa harus selalu menulis ulang prosedur.

Jadi, pemanfaatan informasi di Bening *Communication* merupakan proses yang lebih dari sekadar eksekusi teknis, tetapi menjadi transformasi pengetahuan menjadi tindakan yang kontekstual, responsif, dan berbasis data. Tahap ini menjadi bukti penerapan teori Choo (2002), Entman (1993), dan Nonaka & Takeuchi (1995) dalam satu siklus keputusan strategis yang berjalan terus-menerus.

4.3.5. Evaluasi, Pembelajaran Organisasi dan Siklus Pengetahuan

Tahap evaluasi di Bening *Communication* merupakan fase reflektif yang memastikan setiap proyek menghasilkan *organizational learning*. Praktek evaluasi meliputi *coverage report*, *debrief meeting*, *campaign report*, dan rapat lintas divisi. Struktur ini dapat dibaca melalui model RACE (Cutlip, Center, & Broom, 2006), di mana *Evaluation* tidak berdiri terpisah, tetapi mengalir kembali ke tahap *Research* sebagai bahan perbaikan strategi berikutnya.

Evaluasi di Bening *Communication* dilakukan pada tiga lapisan: hasil kuantitatif (*output* seperti jumlah publikasi dan *engagement*), hasil kualitatif (*outcome* seperti perubahan persepsi publik), dan pelajaran internal (*learning point* untuk proyek berikutnya). Struktur ini mencerminkan prinsip *Barcelona Principles* (AMEC, 2020), yang menegaskan bahwa pengukuran PR harus berbasis pada hasil yang berarti, bukan hanya volume eksposur.

Temuan lapangan menunjukkan bahwa evaluasi tidak berhenti pada pelaporan, melainkan dioperasionalkan menjadi kebiasaan. *Checklist* diperbarui, urutan pitching disesuaikan, dan format laporan disederhanakan berdasarkan hasil evaluasi sebelumnya. Hal ini memperlihatkan *single-loop learning* (Argyris & Schön, 1978), di mana organisasi memperbaiki kesalahan teknis berdasarkan umpan balik. Namun, ketika hasil evaluasi mendorong perubahan lebih mendasar, misalnya mempertanyakan relevansi channel tertentu atau definisi audiens target, proses ini berubah menjadi *double-loop learning*. Dalam kondisi

tersebut, evaluasi berfungsi sebagai refleksi strategis atas asumsi dasar strategi komunikasi.

Dari perspektif *Records Continuum Theory* (Upward, 1996), laporan evaluasi berfungsi ganda sebagai *record* dan *knowledge repository*. Dokumen evaluasi tidak hanya mencatat hasil, tetapi juga menjadi memori organisasi yang dapat diakses lintas proyek dan waktu. Dengan sistem repositori digital yang terstruktur, evaluasi menjadi “penjaga memori organisasi”, menjamin bahwa pengalaman yang telah dibayar mahal oleh waktu dan tenaga tidak hilang begitu saja, tetapi tersimpan untuk digunakan kembali (McKemmish, 2001).

Praktek ini juga menegaskan prinsip Choo (2002) tentang *feedback and learning cycle*, di mana informasi dari hasil evaluasi digunakan untuk memperkuat proses *sense-making* dan *decision-making* di masa depan. Dalam konteks teori RACE, evaluasi menutup sekaligus membuka siklus: dari *evaluation* kembali ke *research*, membentuk proses pembelajaran yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan lingkungan komunikasi.

Tahap evaluasi di Bening *Communication* menggambarkan bentuk tertinggi dari manajemen pengetahuan dalam organisasi PR, yakni ketika pengalaman tidak hanya diingat, tetapi juga dikonversi menjadi praktek baru yang lebih efisien, bermakna, dan strategis. Evaluasi menjadi titik di mana komunikasi bertransformasi menjadi sistem pembelajaran sosial (Cutlip et al., 2006; Argyris & Schön, 1978; Choo, 2002).

4.3.6. Koordinasi Lintas Tim sebagai Jembatan Antar Tahap

Koordinasi lintas tim di Bening *Communication* tidak berdiri sebagai tahap tersendiri, melainkan berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan setiap fase dalam alur pengorganisasian informasi, mulai dari briefing, pengumpulan, penataan, pemanfaatan, hingga evaluasi. Tanpa koordinasi yang efektif, proses-proses tersebut berjalan terfragmentasi dan kehilangan kesinambungan makna. Dalam konteks organisasi komunikasi, koordinasi menjadi “jaringan saraf” yang memastikan setiap informasi yang berpindah antarbagian tetap memiliki konteks dan tujuan strategis yang sama.

Dalam kerangka *sense-making* dari Karl Weick (1995), organisasi dipahami sebagai sistem interpretatif yang terus-menerus membangun makna melalui interaksi antaranggota. Koordinasi lintas tim di Bening *Communication* bekerja sebagai mekanisme *collective sense-making*, yaitu proses ketika berbagai tim, seperti riset, konten, dan media *relations*, bersama-sama menafsirkan situasi eksternal dan menentukan arah tindakan. Ketika satu divisi mengumpulkan data pasar dan divisi lain menganalisis sentimen publik, koordinasi memastikan kedua informasi tersebut bertemu dalam pemahaman strategis yang utuh. Jadi, koordinasi bukan sekadar proses penyampaian instruksi, melainkan arena sosial di mana makna, keputusan, dan tanggung jawab dibentuk secara kolektif.

Dari sudut pandang Choo (2002) tentang *Knowing Organization*, koordinasi berperan penting dalam menjaga keseimbangan antara tiga proses kognitif organisasi: *sense-making*, *knowledge creation*, dan *decision-making*. Ia menjadi penghubung antara konteks eksternal (isu publik, data pasar, atau perubahan regulasi) dan konteks internal (kapasitas tim, intuisi profesional, dan tujuan komunikasi). Misalnya, hasil monitoring isu oleh tim media tidak akan bermakna strategis tanpa diinterpretasi bersama dengan tim strategi dan konten. Melalui koordinasi, informasi eksternal dikonversi menjadi pengetahuan internal yang siap dioperasionalkan.

Koordinasi lintas tim juga memperlihatkan prinsip komunikasi dua arah simetris sebagaimana dijelaskan oleh Grunig dan Grunig (2000) dalam *Excellence Theory*. Dalam teori ini, efektivitas organisasi komunikasi bergantung pada kemampuannya mendengarkan, menyesuaikan diri, dan menciptakan pemahaman timbal balik antara berbagai pihak. Di Bening *Communication*, koordinasi tidak bersifat hierarkis, tetapi dialogis: setiap tim memiliki hak untuk memberi masukan, mengoreksi, atau memperluas perspektif terhadap strategi yang sedang dibangun. Di titik inilah, koordinasi menjadi sarana negosiasi makna dan kolaborasi strategis yang menjaga keseimbangan antara kepentingan klien dan identitas agensi.

Dalam kerangka *Knowledge Management* (Nonaka & Takeuchi, 1995), koordinasi dapat dibaca sebagai proses *socialization* dan *combination* dalam model SECI. Melalui rapat lintas divisi, ide-ide dan pengalaman personal (pengetahuan

tacit) diubah menjadi dokumen dan strategi tertulis (pengetahuan eksplisit). Setiap kali tim berbagi temuan monitoring atau insight dari pengalaman lapangan, pengetahuan baru terbentuk dari kombinasi lintas sumber. Dari penjelasan diatas bisa dianalisis bahwa, koordinasi menciptakan knowledge spiral yang memperkaya basis pengetahuan organisasi dari waktu ke waktu.

Lebih jauh, dalam perspektif Information Behaviour dari Wilson (1996), koordinasi berfungsi sebagai mekanisme yang mengaktifkan (activating mechanism) dan menyeimbangkan (intervening variable) perilaku informasi antarindividu. Setiap tim memiliki kebutuhan informasi yang berbeda, dan koordinasi membantu menjembatani kebutuhan itu agar proses pencarian, pemanfaatan, dan penyimpanan informasi tidak terputus. Melalui rapat koordinasi, misalnya, tim riset dapat mengarahkan pencarian data sesuai kebutuhan strategis, sementara tim konten dapat menyesuaikan gaya pesan dengan insight yang ditemukan.

Secara dokumentatif, koordinasi juga memiliki fungsi penting sebagaimana dijelaskan dalam *Records Continuum Theory* (Upward, 1996; McKemmish, 2001). Setiap bentuk komunikasi lintas tim, seperti notulen rapat, revisi dokumen, atau catatan strategi, berfungsi ganda sebagai records yang tidak hanya mencatat kegiatan, tetapi juga merepresentasikan proses berpikir organisasi. Koordinasi memastikan bahwa setiap keputusan strategis terekam, dapat diakses kembali, dan berkontribusi pada pembelajaran di masa depan.

Jadi, koordinasi lintas tim di Bening *Communication* dapat dipahami sebagai mekanisme penting yang mengikat seluruh tahap pengorganisasian informasi. Ia menjamin kesinambungan antara tahap perencanaan dan eksekusi, antara pengetahuan individu dan institusional, serta antara konteks eksternal dan internal. Koordinasi adalah jembatan yang memungkinkan organisasi berpindah dari data menuju makna, dan dari makna menuju tindakan strategis yang terukur.