

NEON

@neon_uk

**BUKU PEDOMAN
JURU BICARA**

NEON - @neon_uk di twitter; email kami:
hello@neweconomyorganisers.org

BUKU PEDOMAN JURU BICARA

Ditulis dan diedit oleh NEON Comms Hub (Funmibi Ogunlesi, Kevin Smith, Matthew Butcher & Rosie Baines) dengan edit internasional tambahan oleh Molly Fleming

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih untuk semua pihak yang membantu pembuatan buku pedoman ini - khususnya orang-orang luar biasa yang kami merasa terhormat dapat bekerja sama dalam proyek Spokesperson Network. Teristimewa, kami ingin berterima kasih kepada Sakina Sheikh, dengan keahliannya dalam mempersiapkan tampilan fisik buku ini. Kami juga ingin berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah berbagi pengetahuan bersama kami terkait media penyiaran, termasuk Ellie Mae O'Hagan, Rachel Shabi, Ash Sarkar, Dawn Foster, Oli Foster dan banyak penyiar lainnya yang bekerja sama dengan kami sepanjang waktu dan mengajari kami tentang banyak hal. Juga, terima kasih kepada berbagai organisasi dan lembaga atas dukungan mereka untuk Spokesperson Network dan Comms Hub, termasuk Partners for a New Economy, European Climate Foundation, The Sunrise Project, Solberga and Unbound Philanthropy, the Barrow Cadbury Trust serta Joseph Rowntree Charitable Trust. Terima kasih banyak kepada 350.org yang telah mendukung penerjemahan buku pedoman ini secara internasional.

Lampiran tentang cara melakukan wawancara video jarak jauh ditulis oleh Richard Roaf. Pendiri VideoRev, Richard Roaf, telah membantu para pengkampanye membuat video yang menarik selama lebih dari satu dekade. Dalam kurun waktu itu, ia melatih lebih dari 1.000 pengkampanye serta membuat video yang dibagikan lebih dari 1 juta kali dan ditonton 50 juta kali.

**BUKU PEDOMAN
JURU BICARA**

PENDAHULUAN	6
SIAPAKAH NARASUMBER/JURU BICARA ITU?	7
MENGAPA MEDIA PENYIARAN?	8
MELAKUKAN PITCH WAWANCARA	9
MENDAPATKAN BERITA UNTUK DIULAS	9
PERENCANAAN DI DEPAN	10
APA SAJA JENIS MEDIA PENYIARAN?	10
BERAPA LAMA SATU WAWANCARA?	14
MELAKUKAN PITCH	14
CONTOH EMAIL PITCH	15
APAKAH KATA PEMIKAT/TOP LINE ITU?	15
APA YANG MEMBUAT KATA PEMIKAT EFEKTIF?	16
KAPAN MELAKUKAN PITCH	17
KEPADA SIAPA MELAKUKAN PITCH	17
MELAKUKAN PITCH ALIH-ALIH BEREAKSI TERHADAP BERITA	18
BERSIAP UNTUK WAWANCARA	21
TEKNIK 'BACK OF THE ENVELOPE'	22
UNGKAPAN YANG EFEKTIF	29
STATISTIK DAN ANGKA	30
BERITA	30
ABC	31
SEBELUM KAMU MENGUDARA	31
PERSIAPAN FISIK SEBELUM WAWANCARA	36

MELAKUKAN WAWANCARA	37
KATEGORI WAWANCARA	39
NETRAL	39
TIDAK BERSAHABAT	40
SUPPORTIF	40
PERSIAPAN FISIK SAAT WAWANCARA	40
PASCA WAWANCARA	42
KLIPING	44
YANG PERLU DILAKUKAN JIKA RENCANA TIDAK BERJALAN	45
PERSIAPAN FISIK SETELAH WAWANCARA	46
SUARA PROGRESIF DI MEDIA	47
DAN YANG TERAKHIR,	49
LAMPIRAN: PANDUAN WAWANCARA JARAK JAUH	50

PENDAHULUAN

Media penyiaran adalah alat yang penting untuk menyebarkan pesan-pesan progresif kepada audiens atau khalayak luas. Namun tampil di televisi dan radio dapat menjadi sebuah proses yang tidak biasa atau kesempatan yang menantang - terutama bagi mereka yang gagasannya dinilai bukan arus utama, atau yang komunitasnya pada umumnya kurang terwakili di media. Jadi, buku pedoman ini ditulis untuk memberi beberapa kiat dan membantumu terkait keterampilan dan informasi yang kamu perlukan guna melakukan wawancara persuasif dan berdampak di media penyiaran. Kami ingin membantu membawa pesanmu ke audiens baru dan mendapat tempat tertentu di ruang media.

Sepanjang sebagian besar dekade ini, NEON telah melatih dan menjalankan jaringan narasumber yang progresif di Inggris Raya. Dalam kurun waktu itu, kami memiliki lebih dari 6.000 kegiatan atau penampilan di TV dan radio, dalam berbagai jenis acara dari radio lokal sampai BBC News. Melalui kegiatan-kegiatan ini kami membangun kontak dalam dunia media penyiaran sekaligus mengasah keterampilan penyiaran kami.

Kami memulai pekerjaan ini karena terus melihat sejumlah wadah pemikir (think-tank) neoliberal membanjiri ruang media dengan narasumber yang percaya diri dan mahir bicara. Mereka menjadikan diri mereka selalu siap berbicara ke media tentang beragam isu menggunakan kata-kata yang memikat dan konsisten untuk mendesakkan dogma ' neo-liberal yang konservatif.

Sebaliknya, kaum progresif jarang diundang ke media. Jika diundang, mereka kerap dianggap tidak memiliki keterampilan memadai guna memenangi argumen. Kami berbicara dengan banyak jurnalis dan produser yang mengatakan mereka tidak selalu tahu bagaimana menemukan suara-suara progresif.

Spokesperson Network dibentuk sebagai infrastruktur komunikasi untuk suara progresif di Inggris Raya. Kami berusaha menciptakan lebih banyak ruang untuk cara pandang dan argumen kami di program-program berita, dan pada saat yang sama mencoba memastikan orang-orang dari latar belakang yang berbeda-beda dapat tampil dalam berita, alih-alih hanya mereka dengan identitas yang umumnya diwakili berlebih dalam berita.

Buku pedoman ini disusun berdasarkan pengalaman kami dalam pelatihan dan pitch para juru bicara sepanjang jangka waktu proyek ini. Kami mulai menerjemahkan buku pedoman ini secara internasional setelah menerima banyak permintaan dari orang-orang di sejumlah negara berbeda - dan kami sangat menyadari bahwa semua materi disusun sebagai tanggapan terhadap kondisi kerja dalam ruang media tertentu di Inggris Raya. Karena itu, kami mendorong pembaca mengambil apa saja yang berguna dan mengadaptasikannya sesuai apa yang berlaku untuk mereka dalam berbagai konteks berbeda, dan bukannya menggunakannya sebagai pedoman mutlak. Kami belajar banyak dalam beberapa tahun terakhir, utamanya dari para juru bicara yang bekerja sama dengan kami, tapi kami masih memiliki banyak hal yang harus dipelajari.

Kami ingin mendengar dari orang-orang yang mendapatkan manfaat dari buku pedoman ini, serta ingin tahu jika ada proyek yang serupa dengan Spokesperson Network di tempat lain. Kami memberi dukungan kepada banyak pihak di dua negara di luar Inggris Raya dalam membangun infrastruktur serupa, dan kami akan sangat senang jika dapat berbagi pengalaman secara lebih terperinci dengan pihak-pihak lain yang mungkin mendapatkan manfaat dari pengalaman itu. Kamu dapat mengirim email kepada kami di hello@neweconomyorganisers.org

SIAPAKAH JURU BICARA ITU?

Juru bicara dapat hadir dalam berbagai peran berbeda: pengkampanye, pengorganisasi, jurnalis lepas, penulis, akademisi, pakar kebijakan, dll. Daftar profesi ini dapat terus berlanjut. Benang merahnya adalah juru bicara memiliki keahlian di bidang atau sektornya serta ditugaskan menghadapi media untuk berbicara tentang pekerjaannya dan menanggapi berita.

Saat ini kebanyakan orang yang kamu lihat di media adalah orang-orang kulit putih, kelas menengah, dan cisgender (kelompok individu yang mengidentifikasi identitas gendernya sesuai dengan jenis kelaminnya sejak lahir) Representasi yang keliru ini menciptakan ketimpangan kekuasaan di media yang di sini sejumlah orang merasa berhak menjadi suara 'yang sah' tentang isu-isu tertentu. Demografi ruang redaksi kerap kali adalah golongan kelas menengah dan kulit putih lulusan sekolah negeri, dan kode budaya yang berlaku mencontoh dari kelompok tersebut. Kondisi ini terasa mengasingkan dan kadang tidak bersahabat terhadap juru bicara kelas pekerja, orang kulit berwarna, penyandang disabilitas, dan kelompok

LGBTQ+. Olah karenanya, orang-orang dengan latar belakang terpinggirkan dapat merasa sulit mendapatkan kenyamanan saat menjalankan pekerjaan di media, serta sering merasa seolah mereka bukan orang yang tepat untuk pekerjaan itu.

Kami di sini untuk menyatakan siapa sebenarnya kamu!

Kamu mempunyai pengetahuan dan pengalaman untuk berbicara tentang isu-isu yang kamu geluti. Yang kamu perlukan adalah kepercayaan diri dan pengetahuan praktis untuk menekuni industri ini. Untuk itulah buku panduan ini ada.

MENGAPA MEDIA PENYIARAN?

Menurut Reuters Institute, di Jepang 58% kelompok dewasa mendapatkan berita dari TV (<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/interactive>). Dari pengalaman kami di Inggris Raya, kami temukan bahwa orang kerap setia pada acara-acara tertentu yang membawa kembali penonton setia yang sama setiap hari atau minggu - orang-orang yang mempercayai pembawa acara dan sangat bergantung pada kanal-kanal berita ini.

Media penyiaran adalah salah satu platform media yang paling banyak ditonton dan didengarkan, khususnya oleh orang-orang dengan pandangan belum pasti atau masih mungkin dipengaruhi. Jadi, kaum progresif tidak boleh menjauh dari media penyiaran.

Menggunakan media penyiaran untuk menjangkau audiens baru merupakan landasan yang efektif dari strategi kampanye yang berupaya mendapatkan pendukung baru, memengaruhi kebijakan pemerintah atau mengubah pemikiran banyak orang.

Seperti yang dikatakan oleh pakar komunikasi Anat Shenker Osario, komunikator harus menggunakan platform untuk mengaktifkan kelompok bawah, membujuk kelompok menengah, dan menunjukkan penentangan kepada mereka yang di luar kelompok ini. Jadi, meskipun gagasanmu mungkin selalu terasa seolah minoritas dalam sebuah wawancara, media adalah alat untuk berbicara kepada publik - yang mungkin lebih bersimpati, dapat dipengaruhi, atau 'berpihak' daripada yang diasumsikan oleh suara-suara yang mapan di ruang redaksi.

MELAKUKAN PITCH (PRESENTASI YANG MEYAKINKAN) UNTUK WAWANCARA

MENEMUKAN BERITA UNTUK DIULAS

Sebagian besar kegiatan bagi juru bicara di Inggris Raya adalah orang-orang yang memiliki otoritas tertentu untuk menanggapi berita yang beredar hari itu. Contoh: Seseorang dari organisasi kampanye perubahan iklim menanggapi berita utama tentang satu kejadian cuaca ekstrem. Kamu tidak harus hanya menunggu penghubung atau produser menghubungimu - kamu dapat melakukannya sendiri dan secara aktif mendapatkan slot wawancara.

Baik juga jika kamu membiasakan diri melihat berita utama harian, sehingga kamu bisa menanggapi sebagai seorang juru bicara, bila perlu. Namun demikian, tidak semua berita masuk ke dalam liputan media penyiaran - tentu hanya sebagian darinya. Jika suatu berita ada di halaman 43 surat kabar nasional, tidak mungkin itu dibahas di TV atau radio, tidak peduli seberapa penting itu menurutmu.

Patokan praktisnya adalah membaca halaman depan dari dua media terbesar di negaramu dan halaman depan dari beberapa surat kabar untuk mendapatkan pemahaman yang baik tentang berita utama hari itu. Coba pikirkan apakah 'kekhususan' atau otoritasmu relevan dengan topik atau apakah kamu punya satu gagasan tentang hal itu. Tidak perlu 100% sesuai dan kamu tidak perlu menjadi seorang pakar khusus yang otoritatif di bidang atau topik tertentu untuk dapat berbicara tentang hal tersebut. Berpikirlah kreatif tentang bagaimana kamu dapat memanfaatkan pengetahuanmu untuk membahas topik itu. Juga, ingat bahwa berita tentang selebritas dapat menjadi bagian besar dari media berita - dan jangan mengejeknya. Ini kerap menjadi jalan buatmu untuk membicarakan isu-isu yang kamu peduli.

Lazim juga melakukan pitch pada seorang juru bicara dengan keahlian terkait riset, laporan atau aktivitas orang lain jika mereka memiliki keahlian atau otoritas terkait hal itu. Jika yang menerbitkan laporan adalah partai/wadah pemikir/kampanye 'oposisi' - kamu membuat kesempatan untuk mencoba merusaknya. Jika yang melakukan sesuatu adalah 'pihak yang bersahabat' - kamu memberi suara dukungan pihak ketiga guna mendukung dan membela tindakan mereka.

MERENCANAKAN DI DEPAN

Salah satu cara paling efektif untuk mendapatkan tempat di media penyiaran adalah dengan memiliki pemahaman yang baik tentang berita-berita yang akan muncul. Beberapa dari ini jelas - anggaran tahunan pemerintah, statistik kesehatan dan ekonomi triwulan, angka migrasi bulanan, dll. Cara lainnya dapat berupa hari atau minggu yang direncanakan di depan seperti suatu hari di bulan Januari, ketika para direktur utama dari sejumlah perusahaan besar dalam beberapa minggu telah mendapatkan penghasilan yang sama dengan rata-rata pekerja dalam setahun. Ada juga kejadian penting lainnya seperti Rapat Dewan Uni Eropa, pemungutan suara besar di Parlemen, dan pidato resmi para politisi, yang kamu bisa perkirakan akan diulas di media penyiaran. Kamu dapat melakukan pitch di awal untuk kejadian dan berita yang kamu tahu akan muncul. Kami sarankan kamu punya buku harian atau lembar kerja (kadang disebut 'grid') untuk membantu perencanaan di depan.

APA SAJA JENIS MEDIA PENYIARAN?

Sebelum melakukan pitch, sebaiknya kamu mempunyai gambaran tentang acara yang kamu pitch dan format wawancara. Di bawah ini adalah panduan ringkas tentang beberapa jenis wawancara.

RADIO	Bentuk paling umum dari siaran wawancara adalah di radio. Ini dapat berupa acara apa saja dari radio nasional sampai radio komunitas lokal.
TELEVISI	Wawancara televisi memiliki dampak kuat dan menjadi materi yang bagus untuk media sosial. Di Inggris Raya, ada kanal berita yang menampilkan wawancara sepanjang hari seperti BBC World News Channel dan Sky News. Ada acara tambahan tentang berita dan peristiwa aktual di berbagai negara dan belahan dunia seperti BBC, Sky, dan Al Jazeera. Juga ada acara regional yang khusus tentang liputan wilayah lokal.

<p>SIARAN LANGSUNG</p>	<p>Siaran langsung - baik di TV maupun radio - mengharuskan untuk merencanakan di depan pernyataanmu daripada memikirkannya saat itu juga. Kamu perlu mengendalikan pernyataanmu karena tidak ada proses penyuntingan.</p> <p>Kiat: Ingat bahwa mikrofon selalu mendengarkan. Saat mik nyala, jangan berkata hal-hal yang kamu tidak ingin katakan secara langsung di TV</p>
<p>REKAMAN (SERING DISEBUT 'PRE-REC')</p>	<p>Wawancara rekaman cenderung digunakan ketika penyiar ingin menggunakan pandanganmu sebagai bagian dari paket suara yang berbeda. Mereka dapat menggunakan bagian mana pun dari yang kamu katakan dan mengeditnya.</p> <p>Kiat: Berpikirlah dengan cermat tentang 'petikan suara' 15 detik dari yang kamu katakan dan kamu ingin media penyiaran itu menggunakannya. Buatlah itu menarik menggunakan gambaran dan metafora.</p>
<p>DEBAT</p>	<p>Debat sangat umum dalam acara siaran langsung televisi dan radio. Mereka membenturkan pandanganmu dengan pendapat orang lain dan pembawa acara bertindak sebagai penengah</p> <p>Kiat: Jangan meneriaki pewawancara, dan jangan biarkan argumen mereka mengganggu penyampaian pesan-pesan pentingmu.</p>
<p>STUDIO</p>	<p>Kebanyakan penyiar ternama ingin mewawancaraimu di studio - meskipun ini semakin jarang dilakukan karena pandemi. Ini cenderung menjadi tontonan terbaik untuk pemirsa dan memberimu kesempatan yang baik untuk menyela dalam debat. Untuk wawancara radio, kamu mungkin lebih suka melakukannya melalui telepon atau secara down the line sehingga kamu dapat membaca catatan tanpa terlihat oleh pembawa acara, dan ini sesuatu yang biasa terjadi.</p>

<p>STUDIO</p>	<p>Kiat: Kalau kamu di studio, gunakan tata rias rambut dan wajah, kalau kamu merasa nyaman atau pantas melakukannya. Mereka akan membantumu tampil terbaik untuk siaran. Namun, ada banyak cerita dari studio penata rias yang terkadang tidak memiliki banyak pilihan gradien warna gelap yang mungkin cocok untuk berbagai warna kulit. Kalau kamu khawatir mengalami masalah ini, kamu dapat mempertimbangkan merias diri sendiri sebelum acara - atau, misalnya, membawa foundation sendiri. Pria terkadang merasa kurang nyaman dengan riasan - tapi sebenarnya patut dipertimbangkan memberi sedikit pulasan bedak untuk menghilangkan tampilan kulit mengkilap yang kerap terjadi karena lampu studio. Ini praktik standar untuk semua gender.</p>
<p>DOWN THE LINE (DTL)</p>	<p>Wawancara “down the line” adalah ketika media penyiaran mengirimmu ke studio yang pembawa acaranya tidak berada di situ. Cara ini biasa dilakukan kalau kamu tidak dapat pergi ke studio utama. Untuk wawancara DTL televisi kamu biasanya melihat langsung ke kamera. Untuk TV maupun radio kamu akan mendengar pertanyaan melalui headphone atau alat bantu dengar lainnya. Sejak pandemi, semakin biasa melakukan DTL dengan juru bicara menggunakan Zoom atau Skype dari rumah/kantor untuk bicara dengan produser - informasi lebih lanjut tentang ini di bagian lampiran.</p> <p>Kiat: Kalau bingung oleh satu pertanyaan atau perlu waktu untuk berpikir, kamu dapat mengatakan ‘maaf, saya tidak begitu mendengarnya; bisa tolong diulangi?’ untuk memberimu sedikit waktu tambahan (tapi jangan sering melakukannya).</p>
<p>TELEPON</p>	<p>Banyak acara radio, khususnya stasiun radio lokal dan komersial, bersedia mengadakan wawancara melalui telepon. Ini lebih mudah tapi kesulitan teknis kadang terjadi dan lebih sulit memotong pembicaraan pembawa acara.</p>

<p>TELEPON</p>	<p>Kiat-kiat: Jauh lebih baik melakukan ini melalui jaringan tetap/landline. Kalau kamu punya koneksi Wifi kuat, audio Facetime atau Skype memberi kualitas suara yang lebih baik. Terkadang stasiun radio memintamu merekam klip audio pendek dan mengirimkannya menggunakan WhatsApp atau aplikasi lain. Apabila kamu wawancara melalui telepon, mungkin lebih sulit buatmu menegaskan poinmu. Siap saja untuk mengatakan 'Bolehkah saya datang saja ke sana?'</p>
<p>SKYPE/ZOOM</p>	<p>Semakin banyak stasiun TV dan radio bersedia melakukan wawancara via Skype atau Zoom. Ini berlangsung terutama sejak pandemi. Kondisi ini memungkinkanmu mengudara secara cepat dan nyaman dari rumah sendiri.</p> <p>Kiat: Periksa apa yang ada di belakangmu! Orang-orang tidak hanya menatap wajahmu; mereka juga mencari-cari karya seni yang jelek di dinding atau koleksi bukumu yang memalukan.</p>
<p>SURAT KABAR ATAU TIN-JAUAN BERITA</p>	<p>Banyak kanal TV dan radio memiliki acara tinjauan surat kabar atau berita rutin. Slot ini memungkinkanmu mengomentari berita hari itu dan mengadakan diskusi yang lebih hangat tentang peristiwa di dunia.</p> <p>Kiat: Jangan hanya berpikir tentang berita yang kamu ingin bahas; pikirkan juga kejadian-kejadian sulit yang mungkin disampaikan oleh pembicara tamu lain.</p>
<p>TELE-PON-MASUK</p>	<p>Telepon-masuk (phone-in) adalah ketika pendengar dapat menelepon ke acara radio. Kamu mungkin diundang untuk mendengarkan dan menanggapi panggilan telepon.</p> <p>Kiat: Jangan takut berbeda pendapat dengan penelepon, tapi lakukanlah dengan sikap hormat. Jangan berdiskusi panjang lebar dengan penelepon.</p>

BERAPA LAMA SATU WAWANCARA?

Lama wawancara media penyiaran dapat berbeda-beda, bergantung pada sejumlah faktor. Secara umum, kami dapat katakan bahwa kamu harus siap mengudara selama setidaknya tiga menit dan maksimal sekitar 10 menit untuk wawancara atau debat standar. Adakalanya kamu mengudara untuk waktu yang lebih lama, dan beberapa format acara (yang dijelaskan di bawah ini) dapat membuatmu mengudara sampai satu jam.

MELAKUKAN PITCH

Jadi setelah memilih berita, selanjutnya kamu perlu melakukan pitch atau presentasi singkat untuk menunjukkan kesiapanmu kepada penghubung dan produser bahwa kamu bersedia dan mampu berbicara tentang berita itu. **Pitch via email** seperti siaran pers ringkas dengan format khusus yang digunakan untuk memastikan penjadwalan siaran. **Pitch via telepon** berupa panggilan telepon ke ruang redaksi untuk mengatakan kamu siap dijadwalkan.

Mungkin ada staf pers di organisasimu atau semacam staf publikasi yang dapat melakukan pitch atas namamu. Namun jika tidak ada, melakukan pitch sendiri juga bukan pekerjaan yang luar biasa.

Pitch juru bicara berarti:

- * Membangun hubungan dengan produser/editor acara
- * Menelepon atau mengirim email di waktu yang tepat
- * Tetap terhubung via pesan email atau teks
- * Bersikap sabar

CONTOH PITCH TELEPON

'Halo, saya X dari organisasi/lembaga Y – apakah kamu meliput berita Z hari ini? ('Ya ...') Saya menghubungi karena kami memiliki pakar di bidang ini. Beliau pembicara hebat dan punya sudut pandang yang tidak biasa terkait berita itu.

- * Katakan kepada mereka bahwa pakar itu sangat cocok atau memiliki otoritas keahlian pada topik tersebut disertai pandangan-pandangannya
- * Tindaklanjuti dengan mengirim email yang jelas

CONTOH EMAIL PITCH

Judul: Brexit gagal disepakati melejitkan hutang Inggris tertinggi dalam 50 tahun - pakar ekonomi siap membahas

Halo Fred,

Carys Roberts, kepala bidang ekonomi di IPPR siap wawancara hari ini dan menanggapi temuan-temuan baru yang menunjukkan kegagalan kesepakatan Brexit akan menjadikan hutang Inggris tertinggi dalam 50 tahun.

Kata pemikatnya adalah:

- Pemerintahan ini bersiap mengadakan pemilu diiringi kenaikan pengeluaran dan tanda-tanda pemotongan pajak. Tapi mengambil kebijakan itu berarti melanggar aturan fiskal mereka sendiri, dan berpotensi merusak reputasi kompetensi perekonomian kaum Konservatif.
- Ketidakpastian yang tinggi seputar Brexit menjadikan pemotongan pajak jangka panjang saat ini langkah yang tidak bertanggung jawab, dan setelah sepuluh tahun pengetatan kita semakin membutuhkan pendapatan pajak yang berkelanjutan.
- Resesi tampaknya semakin mungkin terjadi dan pemerintah perlu menyiapkan diri - langkah itu termasuk melakukan pengeluaran dan berinvestasi pada bidang-bidang ekonomi yang paling membutuhkan, alih-alih memotong pajak orang-orang kaya.

Carys luang setelah jam 13.00 dan dapat berangkat ke studio London.

Tetaplah terhubung untuk mengatur penjadwalan.

Hal-hal yang perlu diingat:

- * Tunjukkan dengan jelas di judul apa beritanya.
- * Jelaskan langsung siapa pakar tersebut dan berita yang mereka akan tanggapi.
- * Sertakan tautan identitas juru bicara dan berita itu.
- * Katakan lokasi kantor mereka dan tanyakan apakah mereka boleh datang ke studio.
- * Tulis dengan ringkas dan memikat. Penghubung dan produser harus membaca ratusan pitch semacam itu.
- * Pastikan detail kontakmu menonjol, dan kamu siap menindaklanjuti panggilan atau email ketika menerimanya..

APAKAH KATA PEMIKAT ITU?

Kata pemikat atau top line adalah bagian penting pitch. Ini memberi penghubung dan produser gambaran tentang profil tamu potensial dan sudut pandangnya.

Contoh kata pemikat - Ini dikirim sebagai tanggapan terhadap berita tentang gelombang panas. Langkah ini mendapat tanggapan yang baik ketika kami mengirimnya sebagai pitch..

- * Media perlu berhenti menggunakan foto-foto orang di dekat pancuran dan kursi lipat untuk melaporkan gelombang panas - kita harus menggunakan foto-foto pensiunan di brankar dan katak-katak mati di kolam kering.
- * Suhu di luar ruangan mulai mencapai tingkat yang mematikan bagi manusia di banyak wilayah di dunia.
- * Suhu tinggi yang memecahkan rekor adalah pertanda bahwa bencana iklim terjadi semakin cepat. Kondisi ini tidak untuk dirayakan; ini peringatan agar kita mulai memperlakukan bencana iklim sebagai keadaan darurat seperti yang dikatakan oleh para ilmuwan.

APA YANG MENJADIKAN KATA ATAU KALIMAT PEMIKAT EFEKTIF?

- * Kata-kata itu tidak tampak seperti kertas kebijakan atau bergaya LSM. Penghubung dan produser ingin kamu tampil dinamis dan aktif - bukan sebagai perwujudan suara LSM. Kami mencoba untuk tidak pernah memakai kalimat yang mengatakan seperti «kami menerima ke x, y dan z'.
- * Itu sesuatu yang dapat kamu bayangkan dikatakan oleh seorang juru bicara dalam sebuah wawancara dan memotongnya, dan kemudian klip itu viral.
- * Kata-kata pertamanya sangat jelas dan membuat gambaran yang menyentuh emosi pemirsa.
- * Kata-kata itu benar-benar jelas dan mudah dipahami.
- * Kata-katanya cukup pendek dan langsung ke pokok masalah.

NB: Semua acara berbeda-beda. Kalau kamu melakukan pitch pada acara tertentu, kamu mungkin dapat menyesuaikan kata pemikatmu dengan karakteristik khusus acara itu. Misalnya, acara-acara tertentu lebih menyukai budaya populer dan suasana yang ringan; acara-acara lainnya mungkin lebih bernuansa politik dan mendalam.

Kata pemikat dan pesan utama mirip, dan terkadang membingungkan namun ini dapat sangat berbeda - kami akan mengulas pesan utama di bagian selanjutnya. Kata pemikat adalah apa yang kamu gunakan untuk mengiklankan kepada para penghubung dan produser tentang apa yang akan dikatakan oleh juru bicara, dan pesan utama (yang akan kita alami di bab selanjutnya) adalah apa yang juru bicara gunakan dan persiapkan untuk wawancara serta apa yang mereka sebenarnya rencanakan untuk katakan. Terkadang kata pemikat dan pesan utama ini sama, tapi tidak selalu demikian..

KAPAN MELAKUKAN PITCH

Siklus berita tentu berjalan sepanjang hari, tapi secara umum berlaku prinsip siapa cepat dia dapat. Kalau kamu telah menemukan berita pilihan di awal hari, segeralah lakukan pitch. Produser akan mengecek email dan mengikuti rapat editor pagi yang di situ mereka akan memutuskan berita-berita yang akan diangkat hari itu, dan akan mengundangmu sebagai tamu yang akan diundang.

Kadang kamu melakukan pitch untuk acara tertentu, yang mengharuskan untuk peka terhadap jadwal produksi acara itu. Berikut ini panduan umum tentang bagaimana mengelola kondisi ini..

- * Acara pagi dan menjelang siang: kirimkan pitch-mu pada waktu siang dan sore atau malam satu hari sebelumnya.
- * Acara siang atau sore dan pulang kerja: kirimkan pitch-mu di awal pagi hari itu.
- * Acara malam: kirimkan pitch-mu di antara akhir pagi dan awal siang.

Terkadang berita besar muncul dalam perjalanan hari, yang jika ini terjadi kamu mungkin dapat segera melakukan pitch untuk mengantisipasi kalau saja penghubung dan produser mengubah agendanya di menit-menit akhir guna mengakomodasi warta sela itu.

KIAT JITU: Hindari menghubungi penghubung atau produser selagi acara berlangsung. Kemungkinan mereka sangat sibuk, sedikit stres, dan akan terganggu kamu menghubungi saat itu.

SIAPA YANG HARUS KAMU PITCH?

Kamu mungkin punya daftar jurnalis, penghubung dan produser dari berbagai stasiun dan kanal media penyiaran. Kamu dapat melakukan pitch memakai program mail merge untuk orang-orang ini, yang membuatnya seolah kamu mengirim email pribadi ke setiap penerima.

Kalau tidak punya daftar semacam itu, maka kamu perlu membuatnya dari awal. Ini prospek yang agak panjang dan menantang, tapi sangat penting kalau kamu ingin tetap menekuni pekerjaan ini dalam jangka panjang. Mulailah mengisi lembar kerja dengan nama, nomor telepon (jika punya), email, acara yang dikelola kontak, serta waktu terbaik melakukan pitch (jika tahu) dan komentar tentang pekerjaan sebelumnya, hubungan, dll.

Beberapa kiat membuat daftar:

- * Selalu catat orang-orang yang menghubungimu untuk urusan pekerjaan.
- * Tentukan sejumlah acara yang kamu ingin datangi atau kamu rasa dapat didatangi, dan fokuslah untuk membuat beberapa kontak terkait itu.
- * Kamu dapat memperoleh sejumlah kontak di Twitter dengan mencari istilah-istilah khusus, dan jurnalis atau produser untuk media massa tertentu kerap saling mengikuti.
- * Ingat bahwa kalau kamu punya nama seorang jurnalis dan tahu tempat kerjanya, kamu dapat mereka alamat email-nya dengan mudah. Misalnya, Hugh Janus di BBC biasanya hugh.janus@bbc.co.uk
- * Kalau kamu punya akses ke database media komersial seperti Roxhill atau Gorkana, kamu dapat menyusun kontak dengan mencari detail mereka atau membuat daftar berdasarkan database itu.
- * Tanyalah orang-orang yang kamu kenal baik di organisasi atau jaringan lain apakah mereka bersedia berbagi kontak.
- * Kebanyakan acara atau ruang redaksi punya alamat email generik. Memiliki ini akan selalu bermanfaat dan kerap berguna apabila kamu menyalinnya ke email sekiranya kontakmu berada di luar kantor.

Kalau kamu tidak punya daftar dan/atau tidak ingin melakukan pitch ke berbagai kanal dan acara berbeda, mungkin kamu dapat langsung membidik penghubung atau produser di acara-acara tertentu. Ini langkah baik juga, tapi mungkin agak lebih menghabiskan waktu. Jika itu acara yang benar-benar besar dan kamu sangat inginkan, mungkin perlu juga menunjukkan secara tidak langsung bahwa ini pendekatan tertargetkan. Contohnya, "Saya tahu program X telah meliput y, jadi kamu mungkin tertarik mendatangkan y untuk bicara tentang z."

Kiat: bersiaplah menjawab telepon

Salah satu cara terbaik membangun reputasi sebagai juru bicara yang baik adalah menjadikan dirimu siap sesering mungkin. Ini berarti memastikan bahwa kamu atau staf pers-mu menjawab telepon masuk dan email sesegera mungkin. Biasa terjadi panggilan telepon untuk acara pagi masuk pada larut malam - penting untuk menjawab 'Nomor Privat' kalau memang kamu nyaman melakukannya.

MELAKUKAN PITCH ALIH-ALIH MENANGGAPI BERITA

Semua pembahasan di atas sebagian besar difokuskan pada reaksi terhadap berita yang beredar.

Kalau kamu ingin melakukan pitch (menampilkan/mempresentasikan) berita di media penyiaran - terkait aktivitas yang kamu lakukan atau laporan yang kamu terbitkan, misalnya - ada beberapa kesamaan dengan media cetak. Kamu mungkin ingin melakukan pitch untuk satu acara secara eksklusif, atau kamu ingin melakukannya untuk beberapa acara berbeda. Mungkin juga merundingkan kegiatan eksklusif masing-masing untuk media cetak dan media penyiaran, namun kamu perlu memastikan semua pihak yang terlibat setuju dengan pengaturan tersebut.

Kamu mungkin dapat menyesuaikan email pitch agar dapat meringkas berita yang kamu pitch dan DAN informasi tentang pihak yang sesuai serta dapat diwawancarai tentang itu. Lazim bagi jurnalis menerbitkan atau menyiarkan berita, namun itu tidak serta-merta mereka dapat menerima orang yang kamu ajukan untuk wawancara.

Untuk ulasan lebih terperinci tentang pitch berita dan laporan, silakan baca NEON Press Officer Handbook.

BERSIAP UNTUK WAWANCARA

Setelah kamu melakukan pitch, tahap selanjutnya adalah penjadwalan wawancara. Permintaan penjadwalan dapat melalui pesan teks atau sms, WhatsApp, email atau telepon. Pesan ini dapat dikirim langsung ke kamu atau melalui orang lain di organisasi atau kampanyemu yang berhubungan dengan pers.

Melalui jalan apa pun permintaan penjadwalan datang, penting buatmu untuk mendapatkan semua informasi detail yang kamu perlukan untuk dapat merasa mengetahui secara pasti wawancara yang akan dilakukan.

Saat waktu siaran semakin dekat, beberapa informasi detail di bawah ini mungkin perlu kamu periksa bersama produser, khususnya jika slot ditentukan satu atau dua hari sebelumnya. Biasa terjadi juga tamu atau format slot berubah di menit akhir. Sebelum bertanya, pastikan kamu telah mencari informasi tentang acara tersebut agar tidak menanyakan hal-hal yang sudah jelas, seperti misalnya apakah acara itu akan berupa wawancara panel meskipun itu memang selalu demikian. Jangan tanyakan SEMUA pertanyaan semacam itu! Pilihlah pertanyaan yang paling penting dan relevan.

- * Apakah itu siaran langsung atau rekaman?
- * Apakah itu dilakukan di studio atau luar studio/down the line?
- * Siapa pembawa acaranya?
- * Apakah ada pembicara tamu lainnya? Jika ada, siapa?
- * Apakah itu wawancara 1-2-1, panel, atau debat?
- * Topik apa saja yang akan dibahas?
- * Apa batasan luas pertanyaan yang diharapkan?
- * (Jika ada pembicara tamu) Posisi apa yang diharapkan diambil oleh mereka?

- * (Jika di radio) Apakah ada pertanyaan dari penelepon?
- * Juru bicara perlu berada di mana, dan jam berapa?
- * Berapa lama slot siaran berlangsung?
- * Apakah juru bicara akan berada di luar ruangan (yaitu, berapa lama keseluruhan proses akan berlangsung)?
- * (Untuk studio) Dapatkah kamu mengatur transportasi?
- * (Untuk TV di studio) Apakah ada tata rias?
- * Siapa kontak utama pada hari itu?
- * Apakah itu slot berbayar? Dapatkah mereka mengatur perjalanan pergi dan pulang?

TEKNIK 'BELAKANG AMPLOP'

Setelah penjadwalan dikonfirmasi, selanjutnya waktunya berpikir tentang apa yang akan kamu katakan dalam wawancara. Kamu mungkin punya waktu beberapa hari untuk menyiapkan wawancara, atau mungkin bahkan hanya 20 menit. Untungnya, kami telah mengembangkan metode persiapan yang akan berhasil berapa pun waktu yang kamu miliki.

Salah satu kesalahpahaman umum tentang tampil di media penyiaran adalah kamu perlu mengingat banyak informasi agar merasa lengkap dan siap untuk dapat melakukan pekerjaan itu. Ini bukan hanya meredupkan semangat banyak orang, tapi juga membuat tertekan dan menghabiskan waktu. Dan sembilan dari sepuluh hal itu sebenarnya tidak perlu. Teknik persiapan ini dirancang untuk menyederhanakan jumlah persiapan yang kamu perlu lakukan, dan disusun menjadi satu cara yang mudah dipahami serta membuatmu merasa percaya diri melakukan wawancara. Ingat - bahkan sebelum menyiapkan diri, kamu mungkin jauh lebih paham tentang topik pembahasan daripada pembawa acara.

Idenya sederhana. Kami percaya kamu dapat menyiapkan diri untuk sebagian besar wawancara hanya dengan menggunakan bolpoin dan secarik kertas

ukuran amplop A5. Di bab ini, kami akan mengulas secara ringkas setiap komponen dari teknik persiapan 'belakang amplop'. Saran kami adalah kamu menyiapkan amplop untuk setiap wawancara yang kamu lakukan



AMPLOP TERBUKA

😊 WAJAH TERSENYUM

Mungkin ini terdengar agak aneh tapi tersenyum adalah salah satu hal terpenting yang kamu dapat lakukan, bahkan untuk wawancara radio. Kami tidak ingin mengatakan bahwa kamu harus tetap tersenyum lebar ketika membahas isu-isu sensitif atau negatif, tapi kami sarankan kamu tersenyum saat diperkenalkan di acara. Ini bukan hanya menunjukkan sikap terbuka, tapi juga membantumu merasa santai dan membuatmu terdengar tenang. Kami percaya bahwa orang lebih cenderung menerima apa yang kamu katakan kalau kamu setidaknya di awal menampilkan diri sebagai orang yang bersahabat. .

NAMA PEMANDU ACARA DAN PEMBICARA TAMU

Di tengah serunya wawancara, kita gampang lupa nama pemandu acara dan pembicara tamu lain. Catatlah itu di bagian atas amplop. Kami sarankan kamu menyapa dan berterima kasih kepada pemandu acara dengan menyebut namanya karena telah mengundangmu. Ini cara halus menegaskan kekuasaan dan kendalimu atas situasi wawancara.

Contohnya: Selamat pagi/siang, Emma; terima kasih telah mengundang saya ke acara ini.

NAMA 'MARGE'-MU

Setiap kampanye berbeda dan menyasar audiens berbeda pula. Tapi satu hal yang sama adalah kampanye ini mencoba terhubung dengan orang-orang yang saat itu belum menjadi bagian dari gerakan mereka. Dalam wawancara, penting buatmu untuk mengingat orang-orang tersebut. Ingat bahwa saat siaran di TV atau radio, kamu tidak berbicara kepada media, tapi kamu berbicara melalui media, kepada audiens di rumah.

Salah satu kesalahan paling umum, kita melihat saat orang-orang melakukan wawancara mereka



membicarakan isu-isu seolah sedang berbicara kepada kolega atau rekan pengkampanye mereka. Penggunaan jargon dan akronim serta berasumsi tentang tingkat pengetahuan atau pemahaman terhadap isu tertentu selalu menantang. Itu cara cepat membuat pemirsa muak dengan apa yang kamu katakan. Dan itu selalu terjadi!

Untuk membantumu fokus berkomunikasi secara jelas kepada audiens, kami sarankan kamu 'memikirkan Marge-mu'. Konsepnya cukup sederhana; kita semua punya seseorang dalam hidup yang kita dapat sebut sebagai 'Marge Simpson' kita. Orang ini perhatian dan penyayang tapi terlalu sibuk untuk dapat ikut kampanye, atau punya waktu luang yang cukup untuk memahami isu secara detail. Membayangkan kamu berbicara kepada 'Marge' berarti bahwa mereka tidak berbicara dalam bahasa seorang aktivis atau pakar yang juru bicara kerap terpeleset melakukannya. 'Marge'-mu dapat berupa orang tua-mu, teman sekolah atau seseorang yang ketemu kamu di restoran. Poin utamanya adalah bahwa 'Marge'-mu bukan gelembung kerja/kampanyemu - tapi ini seseorang yang peduli terhadap hal-hal yang kamu kerjakan dan kampanyekan jika kamu menjelaskan pada mereka dengan cara yang benar.

Kami sarankan kamu tuliskan nama 'Marge'-mu di amplop untuk mengingatkan bahwa bahasa dan pesan-pesanmu harus bebas dari bahasa dan jargon aktivis, dan hindari menggunakan terlalu banyak data statistik dan angka. Kamu harus mendekati wawancaramu dengan memikirkan orang-orang di luar sana yang belum diyakinkan tentang pentingnya pekerjaan yang kamu lakukan.

Kiat: Berikut ini latihan sederhana yang memungkinkanmu memasuki zona yang dapat membuat Marge-mu sedikit lebih operasional. Cari seorang teman dan mintalah ia berperan sebagai Marge. Katakan padanya siapa Marge itu. Gunakan waktu tiga menit bicara tentang masalahmu dan jelaskan padanya mengapa itu penting seolah ia adalah Marge. Hindari jargon dan asumsi yang rumit. Kemudian, pikirkan bersama bagaimana penggunaan bahasamu yang berbeda. Apakah itu sulit dijelaskan, dan bagaimana kamu dapat mengatakannya dengan cara yang lebih mudah dipahami?

'MANTRA'

Mungkin ini terdengar agar klise, tapi kami sangat menyarankan kamu memikirkan 'mantra' atau ucapan motivasi pendek dan menuliskannya sebagai bagian dari persiapanmu - dan ulangilah ke dirimu sendiri! Berikut contoh-contoh mantra yang digunakan oleh sejumlah orang.

"Aku pantas berada di sini."

"Aku merasa cukup."

"Kata-kataku penting."

Begitu banyak dari persoalan penampilan di media terkait dengan kepercayaan diri, dan banyak dari kepercayaan tersebut dapat didasarkan pada pemilikan hak struktural. Tidak semua orang dengan latar belakang tempat mereka tersosialisasikan merasa percaya diri mengajukan gagasan tentang sesuatu yang menarik dan relevan untuk berkontribusi terhadap diskusi publik.

Tentu saja mantra-mantra tidak menyelesaikan isu-isu penindasan atau pembatasan struktural di ruang redaksi - tapi itu dapat membantu kita menjelajahi ruang-ruang tersebut dan menggambarkan tujuan kita sebaik mungkin. Itu pengingat kecil tentang alasan kamu harus merasa berhak untuk memasuki dan terlibat dengan ruang media bahkan jika kamu belum tersosialisasikan untuk melakukannya.

PESAN UTAMA

Memberi nama 'Marge'-mu adalah langkah pertama membuat pesan utama yang hebat. Setelah melakukannya, kamu perlu memutuskan apa yang benar-benar akan kamu katakan dalam wawancara. Pesan utama ini harus menjadi inti dari apa yang akan kamu katakan. Kami sarankan untuk menuliskan pesan-pesan utamamu dalam tiga titik segitiga di belakang amplop - karena kadang bentuk membantu kita mengingat sesuatu lebih baik.

Pesan utama sangat penting karena kamu benar-benar memiliki sedikit kesempatan untuk menyampaikan hal-hal penting yang kamu ingin katakan kepada audiens saat wawancara. Kamu perlu menyiapkan ungkapan 'pembunuh' dan menghindari pesan 'pengisi'. Pesan ini juga penting

karena ada begitu banyak yang kamu dapat katakan, dan kalau kamu coba menyimpan semuanya kamu berisiko tidak mengatakan apa-apa. Pesan utama adalah jalan buatmu untuk berfokus pada sejumlah poin yang benar-benar penting yang secara realistis kamu mampu sampaikan dalam wawancara.

Pesan utamamu sebaiknya bukan tiga hal acak yang menurutmu penting; ini harus berisi sejumlah komponen krusial. Dan susunan pesan ini penting. Konten dan pilihan kata dari pesanmu akan mampu mengajak orang menyetujui atau menolak tujuanmu.

Pesan utama juga penting sebagai alat pertanggungjawaban dari organisasi yang kamu wakili. Misalnya, ada pesan-pesan yang kamu sepakati sebagai yang paling penting dan kamu berkomitmen memastikan bahwa itu tersampaikan semampumu.

1 Nilai-nilai bersama

Kalau kamu berupaya meyakinkan orang-orang baru tentang posisimu, baik juga untuk mengawali kalimatmu dengan pernyataan yang membangun jembatan dengan audiens. Inilah yang kadang disebut ‘menciptakan kita yang besar’ dan kerap berupa pernyataan seperti ‘kebanyakan orang setuju bahwa ...’, ‘kita semua sangat peduli terhadap ...’, atau ‘semua orang punya hak untuk ...’

Contoh dari satu wawancara tentang meningkatnya penggunaan metode “hentikan dan geledah” (stop-and-search) oleh polisi untuk mengatasi kejahatan senjata tajam, khususnya pisau.

“Kita semua setuju setiap jiwa yang hilang karena kejahatan senjata tajam adalah tragedi untuk keluarga, komunitas dan seluruh masyarakat kita.”

2 Masalah/Dampak

Penting buatmu untuk menjabarkan masalah dalam istilah yang jelas saat kamu mengudara dan membicarakannya, dan dampak masalah tersebut pada masyarakat.

Contoh:

'Angka kejahatan senjata tajam meningkat, tapi itu akibat langsung dari pemotongan pengeluaran dari Pemerintah yang juga menyebabkan tutupnya pusat kegiatan pemuda dan hilangnya dukungan untuk anak-anak muda. Komunitas terbelah karena pemotongan yang tidak perlu ini - dan tidak ada bukti tindakan "hentikan dan geledah" membantu memecahkan masalah kejahatan senjata tajam.'

3 Solusi

Ini penting. Semua bukti menunjukkan bahwa pesan-pesan yang tidak menyertakan solusi sebenarnya membuat audiens pasrah pada kemungkinan perubahan. Itu berarti kemungkinan kecil kamu dapat meraih simpati untuk tujuanmu jika kamu tidak mengajukan solusi apa pun. Kami juga menyarankan agar kamu 'menekankan desain' kapan saja yang memungkinkan - yang berarti bahwa situasi saat ini dibuat oleh orang-orang tertentu karena satu alasan, dan situasi ini dapat didesain ulang untuk menjadi lebih baik.

Contoh:

'Kondisi sekarang tidak harus seperti ini. Ketika pemerintah berinvestasi pada komunitas, dan mendukung generasi muda alih-alih mengkriminalisasi mereka, semua orang menjadi lebih baik. Sebagai permulaan, pemerintah harus menghentikan pemotongan pada pusat kegiatan anak muda, alih-alih menerapkan langkah tumpul "hentikan dan geledah" yang hanya meningkatkan ketegangan.'

Kiat: Salah satu cara mengevaluasi seberapa baik wawancaramu adalah dengan menghitung berapa banyak pesan utama yang berhasil kamu sampaikan. Tidak ada? Pasti, pikirkan apa yang akan kamu lakukan di waktu mendatang. Satu atau dua? Bagus! Tiga? Luar biasa!

UNGKAPAN YANG EFEKTIF

Ungkapan yang efektif adalah satu hal yang kamu ingin ingat dari wawancaramu. Ini kerap berupa metafora atau kalimat imajinatif yang akan melekat di benak banyak orang. Kamu dapat mengatakan ungkapan ini setidaknya sekali, tapi mungkin juga beberapa kali selama wawancara. Ungkapan ini dapat juga sangat pendek - benar-benar hanya satu frasa alih-alih satu kalimat dan mungkin mencakup rima atau aliterasi sebagai cara membuatnya lebih 'melekat', yang berarti ungkapan lebih mungkin melekat di ingatan banyak orang.

Dari contoh di atas tentang kejahatan senjata tajam, ungkapan yang efektif dapat berupa:

'Hentikan dan geledah adalah alat tumpul yang memecah belah masyarakat'. Istilah 'alat tumpul' melekat di ingatan, dan keterbelahan masyarakat adalah kunci argumen yang diajukan.

Jika ungkapan yang efektif itu berguna dan relevan dengan wawancara media tentang isu tertentu dalam periode yang lama, baik juga duduk sejenak dan coba menjadi lebih kreatif terkait ungkapan efektif apa yang dapat menancapkan pesanmu.

Mengapa segitiga? Ini bukan hanya karena kita coba membawa keragaman geometri ke amplop. Kita coba membuat orang berpikir tentang pesan utama mereka dengan cara yang lebih 'menyebarkan', bukan 'lurus'. Orang tidak boleh melihat pesan utama mereka sebagai daftar belanja yang perlu dibaca keras-keras. Kamu akan mendapatkan pertanyaan yang menyerupai beberapa pesan utama yang berbeda-beda. Di bawah tekanan waktu, jika informasi yang kamu miliki urutannya acak, kamu harus siap lincah menari mengitari segitiga dan saat yang sama menggunakan ungkapan yang efektif secara tepat.

STATISTIK DAN ANGKA

Kamu tidak akan pernah memenangi argumen hanya berdasarkan statistik. Bagi banyak orang, mendengar lontaran angka atau jumlah besar hanya akan mengasingkan mereka dari perdebatan. Kami sarankan penggunaan berita kapan saja memungkinkan, tapi menyiapkan data statistik juga berguna. Kamu harus selalu memastikan angka-angkamu 100% benar, karena statistik yang salah dapat menggelincirkan wawancara dan pada akhirnya merusak poin-poinmu.

Ketika menggunakan statistik, ada beberapa cara sederhana untuk membuatnya lebih persuasif dan mudah dimengerti:

- * Pecahan terlihat lebih besar daripada persentase. Jadi, kalau 20% penduduk berada dalam kemiskinan, lebih baik mengatakan satu dari lima. Dan kalau kamu ingin membuat proporsi sesuatu tampak terlihat lebih kecil, lebih baik menggunakan persentase.
- * Angka atau jumlah besar sulit dipahami. Bukannya 8,9 juta orang, kamu dapat mengatakan, 'sama dengan kota seukuran London'.
- * Area juga sulit dipahami. Alih-alih menggunakan kilometer persegi, lebih baik mengatakan 'itu wilayah seluas Jakarta'.
- * Pembulatan naik dan turun. 'Hampir satu juta' alih-alih '986.000'.
- * Kalau kamu tidak dapat menyatakan statistik secara jelas dalam sebuah kalimat, hindarilah.

BERITA

Berita adalah cara cerdas untuk terhubung dengan audiens baru. Ini dapat berupa berita pribadi tentang kamu, atau berita tentang seseorang yang bekerja denganmu. Atau itu dapat pula berupa berita yang lebih umum yang menghadirkan gambaran yang memikat. Kerap kali ada kerentanan pada penggunaan berita pribadi - utamanya jika itu terkait dengan isu sensitif. Selalu berguna menimbang apakah kamu benar-benar merasa nyaman atau tidak apabila berita pribadi beredar di ranah publik dan konsekuensi yang mungkin terjadi dari situasi itu. Langkah itu tidak akan bermanfaat kalau kamu tidak merasa nyaman dengannya. Mengalihkan secara sopan

pertanyaan pemandu acara sepenuhnya dapat diterima jika ia mendorongmu membagikan berita-berita pribadi. Teknik ABC siap digunakan - lihat di bawah ini!

CONTOH DARI PENEGAKAN HUKUM DAN STUDI KASUS KEJAHATAN SENJATA TAJAM:

'Bayangkan bagaimana rasanya menjadi anak muda di salah satu kota kita. Pertama, kamu dihentikan dan digeledah dua hari sekali oleh polisi. Kemudian kamu pergi ke pusat kegiatan pemuda dan mendapati pintunya tertutup, dan selanjutnya kamu coba memperoleh dukungan kesehatan mental yang daftar tunggunya enam bulan. Ini bukan perkecualian - cerita semacam itu biasa terjadi.'

ABC

ABC adalah teman terbaik juru bicara (mungkin selain teman terbaik mereka yang sesungguhnya).

Kebanyakan saat wawancara, kamu akan ditanya tentang banyak hal, mulai pertanyaan-pertanyaan berguna sampai yang tidak terduga atau bahkan, yang terburuk, pertanyaan yang tidak bersahabat. Kamu biasanya mudah terpeleset oleh pertanyaan semacam itu, melupakan pesan-pesan utamamu, atau terjebak di beberapa bagian debat yang tidak relevan. ABC adalah cara dasar yang dapat kamu gunakan untuk mengembalikan topik dan pesan yang kamu ingin bicarakan. Tidak selalu mudah melakukannya - tapi memakai metode ini sangat membantu.

Kami lebih tertarik pada jawabanmu alih-alih pertanyaan mereka. Jadi, ABC adalah cara terbaik untuk membawa perbincangan kembali ke apa yang kamu ingin bicarakan.

Di bawah ini kami jelaskan apa yang kami maksud dengan ABC dan memberimu beberapa contoh. Ingat bahwa audiens ingin mendengar otentisitas; maka semakin alami kamu menyampaikan pesan-pesan utamamu, semakin baik pula hasilnya.

Akuir

Hal pertama yang kamu perlu lakukan adalah mengakui pertanyaan yang

diajukan. Kamu tidak dapat berpura-pura suatu pertanyaan belum ditanyakan atau langsung saja menjawab pertanyaan berbeda. Salah satu hal terpenting untuk diingat di sini adalah boleh saja mengatakan kalau kamu sedang tidak membawa data statistik khusus. Ini jauh lebih baik daripada mencoba mengada-adakannya.

Jembatani

Setelah mengakui pertanyaan, kamu perlu ‘membangun jembatan’ menuju penyampaian pesanmu. Ini teknik bicara yang menjauhkanmu dari potensi kesulitan agar dapat bicara langsung kepada audiens tentang isu-isu yang kamu ingin bicarakan.

Komunikasikan pesanmu

Ini bagian yang benar-benar penting. Pada titik ini, kamu dapat menyampaikan pesan utamamu setelah berhasil berpaling dari pertanyaan yang kamu mungkin tidak ingin jawab.

Di bawah ini beberapa contoh ‘Pengakuan dan Jembatan’ - tapi yang terbaik adalah ungkapan yang kamu gunakan secara alami.

AKUI	JEMBATANI	KOMUNIKASIKAN PESANMU
Itu jelas sebuah pertanyaan penting.	Tapi yang Anda minta saya untuk bicara di sini adalah ... Tapi menempatkannya dalam perspektif Tapi yang paling penting buat pendengar tentunya adalah	Pesan Utama
Saya senang Anda mengungkapkan itu	Karena itu memberi saya kesempatan untuk menjelaskannya kepada Anda	Pesan Utama

Saya tidak dapat berkomentar secara spesifik tentang itu tapi ...	Yang saya dapat katakan konteks luasnya adalah ...	Pesan Utama
Itu jelas sebuah pertanyaan krusial.	Tapi dengan meletakkannya dalam konteks, izinkan saya mengatakan bahwa ...	Pesan Utama
Saya tidak dapat membicarakan setiap x/y/z tapi ...	Yang saya dapat katakan dari pengalaman sendiri/ bukti yang saya punya adalah ...	Pesan Utama
Itu pertanyaan bagus, dan saya saat ini tidak memiliki statistik yang sesuai, tapi ...	Yang saya dapat katakan adalah ..	Pesan Utama
Saya tidak yakin itu gambaran yang tepat tentang isu ini.	Yang sebenarnya terjadi adalah ...	Pesan Utama
Saya dapat pahami kekhawatiran Anda itu tapi apa yang secara jelas ditunjukkan oleh penelitian adalah ...	Pesan Utama

Menggunakan ABC bukan tindakan curang! Kalau kamu mulai menonton atau mendengarkan wawancara dengan pemahaman tentang apa sebenarnya ABC itu, kamu akan melihat itu selalu digunakan. Dalam banyak kesempatan pewawancara tidak akan mempertanyakan ketika kamu menggunakan ABC karena itu kepentingan mereka juga (dengan pengecualian tertentu yang tidak bersahabat) sehingga wawancara berlangsung lancar dan kamu mengarahkan perbincangan terkait topik yang kamu yakin dan nyaman bicarakan.

PERTANYAAN SULIT MUNGKIN MUNCUL

Kamu juga harus meluangkan waktu beberapa menit mencoba mengantisipasi pertanyaan-pertanyaan sulit yang mungkin muncul. Ini mungkin termasuk melihat lini masa Twitter dari pembawa acara atau pembicara tamu lain, atau mungkin juga memikirkan area-area riset atau kampanyemu yang paling sering disalahpahami atau ditanyakan.

SEBELUM KAMU MENGUDARA

Bagian belakang amplopmu siap dan kamu telah mengonfirmasi semua detail wawancara - kamu hampir siap memulainya. Namun demikian, sebelum mengudara, ada beberapa hal yang kamu dapat lakukan untuk membantumu merasa jauh lebih siap dan mampu menjawab pertanyaan apa pun yang dilontarkan.

Langkah pertama adalah **berlatih wawancara** dengan rekan atau kolega. Ini dapat dilakukan secara langsung atau melalui telepon. Kamu dapat meminta mereka mengajukan campuran pertanyaan mudah dan sulit. Minta mereka menggunakan cara pandang pembawa acara yang suka mengeluh dan setelah itu mintalah masukan dari mereka. Hal yang luar biasa adalah latihan bersama rekan sebelum mengudara bahkan dalam waktu yang singkat pun dapat menjadi pemanasan bicara yang sangat efektif, melancarkan pengucapan, dan memungkinkan sejumlah pesanmu terasa lebih nyaman meluncur terucapkan.

KIAT JITU: DI STUDIO DAN RUANG SOSIALISASI

Saat berada di studio, kamu mungkin ditemui oleh produser dan menunggu di belakang panggung bersama sesama pembicara tamu. Ini mungkin terdengar biasa, tapi cobalah bersikap ramah dan membuat kesan yang baik - tapi jangan merasa perlu melakukan percakapan mendalam.

Sebelum jadwal wawancara, kamu mungkin diminta untuk menunggu di 'Ruang Sosialisasi'. Ini dapat berupa bagian terpisah dari bangunan utama, di dekat studio atau mungkin sekadar lorong dengan beberapa kursi. Para pembicara tamu lain mungkin berada di situ. Beberapa orang suka menggunakan kesempatan ini untuk bercakap-cakap ringan dengan sesama tamu, sedangkan yang lainnya lebih suka memakai

headphone dan menyiapkan diri dengan membaca catatan mereka.

Ingat bahwa percakapan ringan dengan sesama tamu dapat berarti mereka mencoba memahami gagasanmu, dan kamu dapat melakukan hal yang sama pada mereka. Kamu mungkin tidak ingin mengungkapkan gagasan pemungkasmu. Kalau kamu lebih suka sendirian, jangan segan berkata 'Maaf, saya perlu beberapa menit sendirian untuk membaca catatan saya'.

Ruang sosialisasi dapat pula menjadi tempat yang mengintimidasi - di sini, semua pembicara tamu dan pembawa acara tampak saling mengenal. Tetap ingat bahwa kamu sepenuhnya pantas berada di sana - dan kamu harus menggunakan waktumu untuk melakukan apa saja yang kamu anggap cara terbaik untuk menyiapkan diri.

Persiapan fisik untuk wawancara media melalui olah tubuh dapat menjadi kesempatan yang sangat baik untuk mengendalikan saraf, membangun kepercayaan diri, dan memaksimalkan pesan kita. Kalau tubuh terasa santai saat wawancara, kita akan tampak santai. Ini memungkinkan pesan-pesan kita keluar mengalir dan memikat audiens.

Olah tubuh juga membuat kita membangun teknik ketahanan yang membantu mengurangi dampak keletihan atau adrenalin terperangkap. Dari pelepasan adrenalin sebelum dan saat kerja dengan media sampai penurunan emosi setelah wawancara; melakukan olah tubuh membantu kita membangun kapasitas melakukan pekerjaan ini dalam jangka panjang dan berkelanjutan.

Mengenali pengalaman tubuh kita dalam pekerjaan ini, dan menghargai pengalaman itu melalui tindakan, membutuhkan latihan. Tindakan itu dapat menjadi kunci pembuka kinerja terbaik, dan memungkinkan kita tetap bertahan dan berhasil dalam pekerjaan. Jadi, setelah setiap bagian, kotak biru ini akan memberimu beberapa teknik persiapan fisik.

PERSIAPAN FISIK SEBELUM WAWANCARA

- * Latihlah melakukan 'pose hebat' di rumah agar ketika di studio kamu dapat memakainya untuk menyiapkan mental dan memasuki zona itu.
- * Mendengarkan musik, menerapkan teknik pernapasan atau bahkan melakukan olah raga ringan tepat sebelum wawancara dapat berdampak besar pada pengaturan aliran adrenalin dan mendorongmu merasa siap untuk beraksi.
- * Bersikaplah tegas dalam mengendalikan situasi di sekelilingmu sebelum mengudara, dengan menghindari distraksi seperti panelis/tamu lain yang bertanya-tanya ke kamu. Siap memasuki zona adalah prioritas.
- * Kalau tata rias rambut dan wajah di studio selesai, bersikaplah tegas pada batas-batasmu. Hal yang penting adalah apa yang kamu rasakan terhadap penampilanmu, bukan penampilan orang lain.
- * Untuk mengatasi stres sebelum wawancara, satu teknik yang baik adalah pernapasan 7-11 - ada banyak petunjuk untuk teknik ini online.

BERI SELAMAT DIRI SENDIRI DI MEDIA SOSIAL

Hal terakhir yang kamu dapat lakukan sebelum mengudara adalah memberi selamat pada dirimu sendiri di media sosial atau memberi tahu teman atau jaringan pendukung bahwa kamu melakukan wawancara. Kamu dapat melakukannya dengan memperbarui status Twitter, Facebook dan Instagram dengan menuliskan detail wawancaramu, atau mungkin dengan mengunggah swafoto di luar studio atau di satu ruangan hijau. Kamu mungkin dapat juga mengetag pembawa acara kanal sehingga mereka membagikannya juga. Beberapa orang memilih untuk tidak melakukan ini karena membuat mereka merasa lebih grogi - dan ini sepenuhnya oke juga!

MELAKUKAN WAWANCARA

Sekarang kamu telah menyiapkan pesan-pesan utamamu, berlatih wawancara, dan sudah hampir melakukan wawancara. Bab ini akan menjelaskan apa yang mungkin terjadi dalam wawancara, mengulas secara ringkas jenis-jenis wawancara yang paling umum, dan memberimu sejumlah kiat menghadapi pembawa acara dan pembicara tamu yang paling tidak bersahabat.

Tentu saja wawancara 'yang baik' bukanlah fakta objektif, tapi kami merasa bahwa kunci sukses siaran adalah ketika kamu berhasil menyampaikan pesan-pesan utamamu kepada audiens yang kamu ingin mereka dengarkannya. Ini bukan tentang 'memenangi' debat atau memikat teman yang telah mendukungmu.

Ada beberapa hal yang sama dari sebagian besar wawancara:

- * Pertanyaan pembuka cenderung lebih terbuka daripada pertanyaan-pertanyaan berikutnya.
- * Pembawa acara mungkin tidak tahu banyak informasi detail tentang topik yang kamu akan bicarakan, tapi mereka akan diberi sejumlah informasi tentang itu oleh produser.
- * Pembawa acara biasanya tidak akan mengajukan pertanyaan yang kamu ingin jawab.

Tidak ada aturan baku yang mengatur bagaimana kamu melakukan wawancara. Berikut beberapa hal yang penting untuk dipertimbangkan::

- * Elni bukan percakapan yang biasa. Jangan buang-buang waktumu yang berharga dengan memberi jawaban lengkap untuk pertanyaan-pertanyaan yang tidak relevan. Pastikan kamu menjembatani apa yang kamu ingin bicarakan dan pesan-pesan utamamu.
- * Ada kemungkinan kamu bicara terlalu cepat - terutama apabila kamu belum terbiasa dengan wawancara. Kurangi kecepatan bicaramu. Tarik napas! Baik saja menarik napas sebelum menjawab pertanyaan.
- * Pikirkan dengan sungguh-sungguh bagaimana kamu dapat memakai pertanyaan pertama untuk menyatakan hal-hal terpenting yang kamu perlu sampaikan.

- * Ingatlah untuk tetap tersenyum! Cobalah untuk tersenyum setidaknya pertama saat kamu diperkenalkan.
- * Ingatlah Marge-mu! Sebagian besar orang-orang yang mendengarkanmu bukan orang yang sangat terkait dengan isu yang kamu bicarakan - dan kamu perlu berbicara dengan pertimbangan tersebut.
- * Ingatlah mantramamu.
- * Ingat - kamu pantas berada di situ!

Kesalahan paling umum

- * Hampir terlambat dan datang di studio gugup.
- * Terdistraksi oleh pertanyaan yang tidak bersahabat atau tidak relevan dan gagal fokus pada pesan utama.
- * Mengulang pembedaan atau pesan-pesan negatif lawan bicaramu dalam debat. Jangan buang waktumu yang berharga dengan mengulang (dan secara implisit memperkuat) hal-hal buruk yang dikatakan lawan bicaramu - sebaliknya, akan selalu lebih baik jika kamu berfokus pada penyampaian pesan-pesan utamamu. Pastikan kamu beralih dengan cepat ke hal-hal yang kamu ingin bicarakan, bahkan jika kamu menanggapi secara langsung pembedaan negatif mereka.
- * Kembali ke bahasa aktivis/pakar yang tidak dimengerti audiensmu.
- * Terpancing umpan - lihat poin lima di 'kiat menghadapi wawancara tidak bersahabat'.
- * Berbicara terlalu cepat

Kata penegas/punch line terbalik

Wawancara yang baik sebaiknya kebalikan dari acara komedi: gunakan kata atau kalimat terbaik di awal dan bukannya membangun cerita menuju klimaks. Ini bukan hanya karena menyampaikan semua pesan utama di awal menyelamatkan wawancaramu jika terpotong oleh waktu sela, tapi juga karena pembawa acara cenderung memberimu lebih banyak waktu menjawab pertanyaan pertama daripada pertanyaan-pertanyaan selanjutnya. Beri waktu jawaban pertama sekitar 45 detik sampai satu menit, jika mungkin.

PERSIAPAN FISIK SAAT WAWANCARA:

- * Bahasa tubuh harus memungkinkan audiens untuk memercayaimu: buatlah pundakmu santai, kedua tanganmu bebas, dan jika waktunya tepat senyum tipis dapat membuatmu tampak bersikap terbuka.
- * Idealnya, duduklah di ujung kursi, dengan pangkal paha lebar, satu kaki sedikit ke depan dan satunya sedikit ke belakang; posisi ini dapat membantumu tetap siaga dan tenang.
- * Gerak tangan dapat membantu menghidupkan poin penting, tapi hindari gerakan yang terlalu sering.
- * Teknik pernapasan mini saat wawancara dapat membantumu membunmi atau bersahaja, terutama jika itu wawancara yang sarat pertentangan.
- * Tetaplah terkendali: ambil jeda sebelum menjawab pertanyaan dan selesaikan poinmu sebelum pewawancara memotong dengan pertanyaan selanjutnya.

KATEGORI WAWANCARA

Kebanyakan wawancara dapat dimasukkan ke salah satu dari dua kategori besar: netral dan tidak bersahabat. Perlu dicatat bahwa pembagian ini tidak mudah jika didasarkan pada kanal atau acara, tapi lebih mungkin pada pembawa acara yang memandu wawancara.

NETRAL

Mayoritas wawancara media penyiaran bersifat 'netral'. Ini tidak berarti bahwa pembawa acara akan suportif atau bahkan bersahabat. Artinya adalah mereka akan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang menyelisik, termasuk mempertanyakan statistik yang kamu gunakan dan argumenmu, tapi mereka akan melakukannya dengan cara yang memungkinkanmu menjawab dan menyatakan poinmu. Mereka memperlakukan pembicara tamu dengan setara dan tidak menunjukkan bias yang nyata dalam wawancara.

TIDAK BERSAHABAT

Banyak wawancara media penyiaran tidak bersahabat. Wawancara semacam ini cenderung mempertontonkan pembawa acara secara sengaja mencoba mengkritik keras argumenmu untuk mempermalukan atau mengacaukanmu. Acara semacam ini juga condong menunjukkan pembawa acara mengajukan pandangan mereka sendiri dalam wawancara dan mempelajari statistik sebelum acara yang mungkin mereka gunakan untuk mengacaukan gagasanmu.

SUPPORTIF

Sejumlah kecil wawancara dapat kita sebut bersifat 'supportif'. Ini terjadi ketika pembawa acara tampak berada 'di pihakmu' dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang bagus dan memungkinkan mengemukakan poin-poinmu. Wawancara semacam ini kemungkinan besar dilakukan di acara media alternatif serta di beberapa acara radio dan TV lokal dan komunitas. Terkadang wawancara ini memiliki topik yang beragam. Tugas mereka adalah menantangmu sampai tingkat tertentu - tapi semua orang punya boleh beropini. Jadi, mungkin berguna kalau sebelumnya kita sedikit mempelajari pembawa acaranya (kendati yang terbaik tidak mengharapkan kondisinya akan mudah).

Catatan tentang media yang tidak bersahabat

Meski kami sangat percaya bahwa baik bagi para juru bicara untuk tetap melanjutkan acara dengan pembawa acara yang tidak bersahabat jika mereka mampu, penting juga apabila tidak ada yang melakukan sesuatu yang membahayakan mereka. Kalau kamu merasa pembawa acara mungkin mengingkari pengalaman atau identitasmu yang asli, atau menyerangmu secara pribadi - maka kamu perlu bersikap tegas untuk mengatakan tidak untuk permintaan wawancara. Kita ingin bekerja dengan media penyiaran untuk menjangkau audiens baru, tapi keselamatan pribadi dan kesehatan mentalmu terlalu penting untuk dipertaruhkan.

KIAT JITU UNTUK WAWANCARA TIDAK BERSAHABAT

- 1 Pikirkan sejak awal kata-kata serangan yang paling mungkin dilontarkan pembawa acara. Sudut pandang apa yang mungkin diambil untuk coba mengacaukanmu? Kalau kamu grogi, ajaklah orang yang tenang dan suportif ke tempat wawancara..
- 2 Katakan ke dirimu sendiri sebelumnya bahwa wawancara akan tidak bersahabat dan cobalah membuat medan kekuatan mental di sekelilingmu sendiri sehingga sikap tidak bersahabat apa pun akan terpentol dan tidak menakutkanmu. (NB: Ini lebih mudah diucapkan daripada dilakukan, terutama bagi orang-orang yang belum pernah mengalami kerusakan emosi yang disebabkan oleh tinggal di masyarakat yang rasis, seksis, berprasangka kelas, dan fobia homo).
- 3 Periksa berulang kali data statistikmu dan pastikan sumbernya siap. Asumsikan apa pun yang kamu katakan akan diusut - karena itu, jangan melebih-lebihkan klaim atau mengatakan sesuatu yang tidak dapat kamu buktikan.
- 4 Sebut nama pembawa acara dan senyumlah meski ia lamban, dan tetap sopan tapi tidak ragu-ragu jika ia tidak membiarkanmu bicara. Jika waktunya tepat, pernyataan 'Nick, kamu memintaku ke sini untuk menyampaikan pandanganku, jadi biarkan saya menyelesaikan kalimatku' dapat sangat efektif.
- 5 Banyak pembawa acara yang akan memancingmu. Mereka akan mengatakan sesuatu untuk membuatmu gerah dan merutuk dengan kemarahan. Jangan terpancing. Cobalah tetap lontarkan humor yang baik (sekali lagi, ini mungkin lebih mudah bagi sebagian orang, seperti di poin dua) dan terhibur oleh konyolnya ucapan pewawancara saat kamu menyangkalnya.
- 6 Kalau kamu diberi pertanyaan statistik yang tepat, jangan ragu mengatakan 'Saya saat ini tidak punya angkanya, tapi saya akan segera mencari dan mengirimkannya'. Gunakan kalimat seperti 'Saya pengkampanye, bukan ensiklopedia'. Jangan sembarang ambil angka - katakan 'Saya pikir yang jelas dari apa yang kita lihat sekarang adalah ...'

- 7 Setelah itu, jangan terlalu banyak melihat media sosial. Pembawa acara yang tidak bersahabat cenderung memiliki sekelompok penggemar yang akan mengkritikmu apa pun yang kamu katakan. Mintalah masukan membangun dari teman yang dapat dipercaya. Beberapa juru bicara yang bekerja dengan kami mengatakan mereka merencanakan sesuatu yang menyenangkan dan santai setelah wawancara.
- 8 Kalau kamu mendapatkan serangan di media sosial, kamu mungkin dapat meminta teman atau kolega untuk mengunggah tulisan yang mendukungmu. Ingat bahwa menanggapi langsung komentar negatif kadang dapat semakin memanaskan keadaan. Kalau kamu anggota NEON Spokesperson Network, kamu dapat meminta rekan-rekan juru bicara memberimu selamat!

PASCA WAWANCARA

Kita terkadang tidak cukup menyadari bahwa menjadi juru bicara dapat memberi tekanan berat. Ini pada hakikatnya menempatkanmu pada posisi rentan - segala sesuatunya mungkin tidak berjalan sesuai rencana di hadapan publik. Ketika kamu menghadapinya bersamaan dengan fakta bahwa perempuan, kelompok non-biner dan trans serta orang kulit berwarna kadang dapat menghadapi serangan online yang memusuhi dan merendahkan sesudah penampilan mereka, kita perlu membangun budaya 'purna-tampilan' bagi para juru bicara. Langkah ini akan memastikan bahwa para juru bicara dapat menjaga diri mereka sendiri dan mengakses dukungan agar mereka dapat bekerja dengan media penyiaran secara berkelanjutan. Berikut ini beberapa petunjuknya:

> COBALAH MENYISIHKAN SEDIKIT RUANG DAN WAKTU SETELAH PENJADWALAN..

Normal juga merasakan lonjakan besar adrenalin ketika kamu tampil di media, khususnya jika belum sering melakukannya. Jika dapat, bukan langkah jelek menjadwalkan sedikit waktu hening (bahkan jika hanya 15 menit) guna melewati kondisi adrenalin tinggi dan tetap bersikap wajar. Lakukan sedikit goyangan 'fisik' jika perlu.

> MINTALAH SEDIKIT DUKUNGAN DAN UMPAN BALIK KALAU KAMU MEMBUTUHKANNYA.

Apakah wawancaranya menantang atau tidak menyenangkan dalam hal tertentu? Apakah itu membuatmu merasa agak tergoncang atau terpicu? Biarkan orang lain mengetahuinya. Carilah teman atau kolega yang menguatkan dan mendukung serta dapat kamu ajak bicara tentang pengalamanmu.

> MINTALAH MASUKAN DARI KOLEGA ATAU TEMAN.

Ini sangat berbeda dengan meminta dukungan! Kalau kamu merasa kondisimu cukup kuat dan wajar, kamu dapat meminta orang-orang mendengar dan memberimu masukan. Mungkin baik juga meminta masukan dari orang berkarakter seperti 'Marge' (lihat Bab 2) alih-alih dari seseorang di organisasi atau kelompokmu. Misalnya, 'orang kebijakan' di organisasimu mungkin tidak mengerti tentang 'apa yang membuat wawancara efektif' dan mungkin berfokus hanya pada statistik yang kamu rujuk atau tidak.

> DENGARKAN DAN EVALUASILAH UNTUK DIRIMU SENDIRI

Sekali lagi, kalau kamu merasa kuat dan percaya diri, kamu mungkin merasa ini berguna. Tidak ada wawancara yang sempurna. Dengarkan kembali dan tanyalah dirimu sendiri; apa yang berhasil, apa hal berbeda yang saya dapat lakukan waktu itu, apa hal berbeda yang saya dapat lakukan di waktu mendatang..

> KIRIM PESAN SMS ATAU EMAIL KE PRODUSER

Biarkan mereka tahu bahwa kamu menikmati berada di acara itu dan siap hadir di acara mendatang. Buatlah pesan itu terdengar ramah dan alami.

> KIRIMKAN KLIP ACARA KE TEMAN, KOLEGA ATAU SIAPA SAJA YANG MENGINGINKAN.

Setelah kamu membuat klip itu (lihat kotak) - jangan segan membagikannya. Sedikit promosi diri tidak buruk jika itu utamanya tentang promosi isu. Kamu mungkin mengenal sejumlah orang dengan pengaruh di media sosial yang lebih kuat dan punya minat yang sama pada isu terkait serta bersedia membagikannya jika mereka tahu tentang itu. Atau mungkin juga kamu dapat mengumpulkan orang-orang dengan minat yang sama yang dapat melakukan kegiatan semacam 'solidaritas penguatan sinyal.'

KLIP ACARA

- * Software yang disarankan adalah Movavi Business Editor 15. Ada beberapa program gratis juga: Showmore.com & Openshot video editor.
- * Tonton tutorial di Youtube untuk belajar menggunakan software
- * Selalu beri takarir untuk akses lebih luas
- * Untuk takarir, unggah video ke Youtube dan gunakan fitur-fiturnya
- * Kemudian rekam kembali dan ekspor screencast-nya sesuai format yang kamu inginkan dan unggahlah ke media sosial.



APA YANG PERLU DILAKUKAN JIKA RENCANA TIDAK BERJALAN

Kata-katamu kerap kali keliru; kamu mendapat fakta yang salah; pembicara tamu lainnya mengendalikan situasi; atau kejadian-kejadian semacam ini. Kamu merasa seperti telah mempermalukan diri sendiri secara terbuka, atau merugikan gerakan yang kamu dukung. Kalau kamu pikir wawancara berjalan buruk, itu dapat terasa menyesakkan. Kesalahan dalam wawancara biasa terjadi, yang bahkan pada juru bicara berpengalaman. Dari perspektif media penyiaran, situasi ini jauh lebih tidak serius dan berdampak daripada yang mereka rasakan dari perspektif pribadi. Namun, penting menyadari bagaimana perasaanmu dan belajar dari pengalamanmu untuk langkah selanjutnya. Apa yang akan kamu kerjakan?

> COBA TEMPATKAN DALAM PERSPEKTIF

Hal pertama yang kamu perlu lakukan adalah mengingatkan diri sendiri bahwa kesalahan mungkin tidak seburuk itu. Dan jika memang sedemikian buruk, itu mungkin tidak benar-benar berdampak. Kita semua berada dalam permainan yang panjang, dan satu wawancara yang berjalan tidak sesuai rencana harus ditempatkan dalam konteks rangkaian jadwal keseluruhan yang di situ kamu bersinar dan berhasil menyampaikan semua poin penting. Satu kejadian 'sekali' tidak sepenting itu dalam skema besar peristiwa. Arus berita bergerak begitu cepat dewasa ini dan orang-orang mungkin tidak akan begitu memperhatikannya. Berita utama hari ini besok sudah basi.

> MINTALAH DUKUNGAN DAN MASUKAN

Seperti ulasan di atas, tapi benar-benar pastikan bahwa ia orang yang bersimpati dan mendukung. Mungkin ia dapat membantumu mendapatkan sedikit perspektif yang kamu perlukan.

> COBALAH MELIHATNYA SEBAGAI KESEMPATAN BELAJAR LANGSUNG

Kesalahan dapat menjadi guru terbaik. Cobalah menjadi termotivasi oleh fakta bahwa kesalahan yang kamu lakukan dalam situasi tersebut dapat sangat memengaruhi bagaimana kamu dapat bekerja lebih baik di masa mendatang.

> SIAPKAN RUTINITAS PERAWATAN PRIBADI

Luangkan waktu untuk diri sendiri, lakukan sesuatu yang membuatmu merasa lebih baik, dan bebaskan pikiranmu dari wawancara itu.

> MEDIA SOSIAL

Juru bicara dapat menghadapi reaksi yang memusuhi di media sosial, jadi penting untuk memiliki strategi untuk situasi ini. Beberapa orang mematikan fitur mention Twitter atau meminta orang yang dipercaya untuk membaca unggahan di Twitter atau Facebook mereka dan menghapus komentar negatif setelah wawancara.

PERSIAPAN FISIK SETELAH WAWANCARA:

- * Penting untuk membuat rutinitas perawatan pasca-wawancara guna menciptakan keberlanjutan pada pekerjaan kita, dan memastikan kita dapat melakukan ini untuk jangka panjang. Penurunan adrenalin dan penurunan emosi terjadi tanpa disadari dan kita perlu berbaik hati dan bersabar atas semua yang sudah kita berikan untuk diri sendiri.
- * Kemudian, rancang waktu istirahat atau waktu sendiri. Bersikaplah luwes dan hitung mundur dapat terjadi besok atau beberapa hari berikutnya. Berjalan-jalan atau mandi dapat membantu meringankan efek adrenalin.
- * Minum banyak air sepanjang wawancara dan bawa kurma atau camilan manis untuk segera menyeimbangkan kembali kadar gula.
- * Tanya diri sendiri: apakah tubuhku terasa seperti yang aku butuhkan? Kemudian dengarkan dan bertindaklah menurut itu.
- * Mintalah seseorang menelepon atau mengirim pesan setelah itu untuk merayakan keberanianmu; NEON Spokesperson Network adalah jaringan pendukung yang hebat dan memungkinkanmu mendapatkan itu.

SUARA-SUARA PROGRESIF DI MEDIA

Bagian besar dari menjadi suara progresif di media adalah membuat profil yang menonjol. Kami mendorong para juru bicara untuk melakukan hal-hal berikut agar dikenal oleh penghubung dan produser serta dapat mencapai tujuan organisasi atau kampanye - lihat kiat-kiat di bawah ini sebagai cara meraih tujuan.

- * Jaga profil Twitter-mu tetap aktif, dan cuitkan komentar pada waktu yang tepat tentang berita yang beredar untuk menyatakan opini. Media sosial merupakan sumber utama gagasan untuk segmen-segmen berita bagi produser; jadi, kalau kamu punya opini tentang sesuatu, mereka mungkin menghubungimu.
- * Ikuti akun Twitter jurnalis dan produser.
- * Lakukan pitch dan tulislah komentar agar namamu tampil sebagai juru bicara yang bereputasi tentang sejumlah isu. Menulislah sebanyak mungkin - bab buku, tinjauan buku, dan mungkin bahkan buku! Ini berlaku khususnya kalau kamu tidak terkait dengan suatu organisasi.
- * Tampilkan dirimu untuk berbicara dalam diskusi panel di berbagai gelar wicara, kegiatan, dan festival. Ini meningkatkan ketenaranmu sebagai pakar di bidangmu.
- * Ambil peluang tampil di media, utamanya untuk stasiun radio kecil. Menjadikan diri sendiri nyaman tampil di media bukan hanya selalu bermanfaat tapi juga dapat menunjukkan kepada produser bahwa kamu juru bicara yang berpengalaman.

Kami berbicara dengan sejumlah juru bicara tentang liku-liku tampil di media penyiaran, apa yang membuat mereka bertahan meski itu bukan pekerjaan mudah, dan bagaimana mengatasi pengalaman buruk. Di bawah ini kami kumpulkan beberapa jawaban mereka untuk sejumlah pertanyaan kunci.

BAGAIMANA PERASAANMU SEBELUM WAWANCARA PERTAMA DI MEDIA PENYIARAN?

Campur aduk antara takut dan yakin saya paham topik saya - pelatihan membantu saya tetap tenang.

BAGAIMANA KAMU MENGATASI PENGALAMAN YANG BURUK DENGAN MEDIA?

ICobalah sadari kejadian itu pada akhirnya berlalu juga. Belajar dari kesalahan pribadi dan berusaha menjadi lebih baik di waktu-waktu selanjutnya, meski tetap perlu berhati-hati untuk tidak menyakiti diri sendiri. Ini permainan panjang dan melampaui sekadar satu wawancara.

APA SATU HAL YANG KAMU INGIN KETAHUI TENTANG TAMPIL DI MEDIA PENYIARAN SEBELUM MELAKUKANNYA?

Dalam hal tertentu, semua orang bermain peran. Itu lingkungan yang sangat dibuat-buat dan kalau kamu tetap bersikap tenang, biasanya semuanya berjalan baik

BAGAIMANA PERASAANMU SEBELUM WAWANCARA PERTAMA DI MEDIA PENYIARAN?

Saya sangat grogi sebelum wawancara pertama dan diyakinkan bahwa mereka akan menanyakan sesuatu yang saya tidak tahu atau tidak dapat menjawab. Kegugupan itu sangat terasa sebelum wawancara dan ini tidak sepenuhnya hilang selama wawancara, tapi memperlakukannya seperti percakapan biasa dan tidak semata wawancara dapat membantu.

APA YANG MENDORONGMU TAMPIL DI MEDIA PENYIARAN?

Saya pikir penting untuk coba menjangkau sebanyak mungkin orang, dan kalau ada narasi populer yang kamu tidak setuju, memikirkan bagaimana mengubahnya dapat benar-benar membantu.

BAGAIMANA KAMU MENGATASI PENGALAMAN YANG BURUK DENGAN MEDIA?

Saya telah belajar dari itu - tidak setiap wawancara berjalan seperti yang kamu inginkan dan terkadang kamu bereaksi dengan cara yang kamu tidak inginkan atau mengatakan sesuatu yang kamu pikir tidak cukup tepat. Namun mencoba belajar dan melakukan sesuatu yang berbeda, selain tidak bersikap terlalu keras pada diri sendiri, penting untuk dilakukan. Segera setelah penampilan di media, bermanfaat juga untuk coba melakukan sesuatu yang sepenuhnya berbeda guna meringankan pikiranmu dan tidak membiarkan adrenalin mengendalikannya

APA SATU HAL YANG KAMU INGIN KETAHUI TENTANG TAMPIL DI MEDIA PENYIARAN SEBELUM KAMU MELAKUKANNYA?

Bahwa kamu tidak perlu tahu semuanya tentang topik tertentu. Baik - dan penting - untuk siap dan kamu tidak akan setuju melakukan wawancara tentang topik yang kamu tidak paham, khususnya kalau kamu tahu ada orang lain yang lebih mampu berkomentar tentang itu (berkata 'tidak' boleh dan baik saja). Selalu ada hal-hal yang kamu tidak ketahui dan ini tidak masalah. Plus, sangat mungkin kamu tidak akan ditanya tentang sesuatu yang kamu tidak mampu jawab, dan kalau kamu mampu, hindari itu.

DAN TERAKHIR ...

Terima kasih telah membaca buku pedoman ini - kami harap ini bermanfaat. Kami tahu tampil di media penyiaran sulit dan kadang menakutkan, dan dapat menantang khususnya bagi orang-orang yang berasal dari komunitas yang umumnya kurang terwakili di TV dan radio. Tapi kami juga tahu bahwa media penyiaran itu penting. Media ini bukan hanya memperkuat profil kampanye dan organisasimu, tapi juga dapat memberimu kesempatan mengubah pemikiran banyak orang yang mungkin belum pernah tahu sudut pandangmu. Jutaan orang menonton TV dan menyimak radio, dan jutaan lainnya melihat dan mendengar klip yang dibagikan di media sosial. Audiens berjumlah besar ini mendengar dari orang-orang yang menyampaikan ide-ide reaksioner - tapi sayangnya mereka tidak cukup mendengar dari orang-orang yang memperjuangkan perubahan progresif.

LAMPIRAN: PANDUAN WAWAN- CARA JARAK JAUH

PENGATURAN WAWANCARA VIDEO JARAK JAUH

Krisis COVID-19 membuat wawancara video jarak jauh semakin umum, tapi wawancara semacam ini menghadirkan tantangan tersendiri. Bagian ini menjelaskan langkah-langkah praktis yang kamu dapat ambil untuk meningkatkan kualitas teknis dari wawancara video jarak jauh. Langkah ini akan memastikan kualitas video, audio dan internet semakin baik, dan bukannya mengalihkan dari poin-poin utamamu.

BAGAIMANA WAWANCARA VIDEO JARAK JAUH BERJALAN

Ada dua jenis wawancara:

- ✓ Wawancara video langsung
- ✓ Wawancara video rekaman

Setiap media penyiaran mempunyai proses yang berbeda dan mungkin memakai platform yang berbeda pula, mis., Zoom, FaceTime, atau Skype.

Contohnya, Gracie Bradley, anggota jaringan Spokesperson, melakukan [wawancara video langsung dengan BBC](#) yang berlangsung seperti berikut

- ✓ BBC memintanya memilih FaceTime atau Skype
- ✓ Mereka melakukan uji coba panggilan video sebelum wawancara dan memberi saran tentang latar belakang yang digunakan Gracie.
- ✓ Kemudian mereka akan menghubungi lagi secara langsung saat program dan mengadakan wawancara.

MEMILIH PERANGKAT

Ada dua perangkat yang kamu dapat gunakan..

LAPTOP ATAU KOMPUTER MEJA	HANDPHONE ATAU TABLET
<p>Memakai laptop atau komputer meja biasanya merupakan pilihan terbaik.</p> <p>Memakai webcam eksternal dapat meningkatkan kualitas gambar (mis., webcam Logitech C920).</p>	<p>Kamera di perangkat kualitasnya mungkin lebih baik daripada yang di laptop tapi dapat memiliki fungsi yang lebih sedikit.</p> <p>Saat memakai webcam itu, kamu perlu menyediakan penyangga dan tidak dengan memegangnya.</p>

Kalau kamu punya pilihan perangkat lebih dari satu, lakukan uji coba karena koneksi internet atau fungsi lainnya di salah satunya mungkin lebih baik.

POSISI KAMERA

Caramu menempatkan kamera adalah hal krusial. Ingatlah beberapa kiat berikut.

Lakukan	Jangan lakukan
 <p>The people that are in these situations,</p>	 <p>Professor Carlo Eggenhoff</p>
Pastikan kamera sejajar tinggi mata	Jangan meletakkan kamera di bawah tinggi mata
Tempatkan dirimu di tengah layar	Jangan tempatkan diri di salah satu sisi
Lakukan kontak mata dengan kamera	Jangan mengalihkan pandangan dari kamera saat bicara

CARA MENEMPATKAN KAMERA SEJAJAR TINGGI MATA

Kalau memakai laptop, kamu dapat gunakan penyangga atau bahkan tumpukan buku untuk memastikan kamera sejajar tinggi mata.

Kalau memakai handphone atau tablet, kamu dapat gunakan tripod telepon atau bahkan Blu Tack untuk menempelkannya ke tembok sejajar tinggi mata.

LATAR BELAKANG

Latar belakang yang kamu gunakan menyatakan kepada audiens mengapa mereka perlu mendengarkanmu. Pilihan populer berupa duduk di depan rak buku tidak menunjukkan otoritas akademis. Tapi kepakaran dan pengalaman hadir dalam beragam bentuk dan kamu dapat pakai latarmu untuk mengomunikasikan sumber-sumber kredibilitas lainnya.

Pikirkan tentang peran yang kamu akan tampilkan dan sumber otoritasmu, serta bagaimana latarmu dapat membantu menunjukkan itu. Kamu dapat menjadi:

- ✓ Seorang akademisi atau pakar profesional
- ✓ Orang yang sesuai dan terkait langsung dengan persoalan
- ✓ Anggota komunitas tertentu

MENDAPATKAN LATAR BELAKANG TERBAIK

Semua orang punya keterbatasan sumber daya. Jadi, tidak usah khawatir kalau kamu tidak punya latar belakang yang sempurna. Dalam satu ruangan, kamu dapat menggerakkan kamera untuk mengubah latar belakang, dan bahkan menggerakkan tanaman dalam ruangan masuk ke dalam ambilan gambar dapat membuat perbedaan besar.

Berikut ini beberapa kiat kunci.

	
<p style="text-align: center;">Lakukan</p>	<p style="text-align: center;">Jangan lakukan</p>
<p>Gunakan rak buku kalau kamu ingin menunjukkan kepakaran akademis.</p>	<p>Jangan terlalu dekat dengan tembok.</p>

	
<p style="text-align: center;">Lakukan</p>	<p style="text-align: center;">Jangan lakukan</p>
<p>Gunakan tanaman, foto dan karya seni kalau kamu ingin tampil membar.</p>	<p>Jangan lupa merapikan tempat.</p>

LATAR BELAKANG VIRTUAL, BURAM, DAN BIASA

Ada alasan tertentu kamu merasa nyaman dengan latar belakang virtual atau buram. Ini pilihan yang biasa saja. Tapi kalau ingin menunjukkan ruangan yang sesungguhnya di belakangmu, [riset](#) menunjukkan dengan cara ini kamu akan dinilai lebih autentik dan ahli. Riset yang sama menyatakan tembok biasa berwarna solid lebih dipercaya daripada latar belakang virtual meski itu kurang dipercaya daripada ruangan asli.

PENCAHAYAAN

Berikut beberapa cara utama untuk meningkatkan pencahayaan.

	
Lakukan	Jangan lakukan
Pilihlah ruangan dengan banyak cahaya yang merata.	Jangan memakai ruangan yang gelap
Gunakan cahaya alami dengan duduk dekat jendela yang ada di depanmu	Jangan duduk dekat jendela atau cahaya di belakangmu karena kamu akan tersiluet.
Gunakan lampu rumah dengan bayangan lampu untuk menambah cahaya lembut	Jangan gunakan cahaya hanya dari satu sisi karena itu akan membuat bayanga
Kalau kamu punya dana lebih, pertimbangkan beli lampu dan penyangga kamera yang murah	Ingat bahwa sinar matahari langsung dapat membuat bayangan dan tingkat cahaya akan berubah sepanjang hari.

HINDARI SILAU KACA

Kamu dapat mengurangi pantulan cahaya kaca dengan meletakkan sumber-sumber cahaya di salah satu sudut dan bukannya pas di depan atau head-on. Metode ini dijelaskan di tutorial YouTube: [The Easy Way to Light People With Glasses and Avoid Glare](#).

SUARA

Cenderung mudah mengabaikan kualitas suara karena kita jarang mendengarkan mikrofon sendiri, tapi ini kesalahan besar. Kamu punya tiga pilihan terkait suara.

MIKROFON IN-BUILT LAPTOP ATAU HP	HEADSET	MIKROFON MEJA
<p>Mikrofon yang in-built atau terpasang di perangkat boleh saja dipakai, tapi biasanya kualitasnya tidak setinggi yang ada di opsi lainnya.</p>	<p>Kualitas headset dengan kabel atau bluetooth umumnya lebih tinggi daripada in-built mikrofon tapi tidak sebaik mik meja khusus.</p> <p>Headphone in-ear atau tercolok ke lubang telinga (mis., Apple AirPods) lebih disarankan dibanding headphone over-ear atau menutupi telinga, karena distraksi visual tipe in-ear lebih sedikit.</p>	<p>Kalau kamu punya anggaran cukup, belilah mikrofon meja eksternal guna meningkatkan kualitas suara komputermu.</p> <p>Harganya sangat beragam dari yang murah (mis., KLIM Talk - Tabletop USB Mic) sampai mahal (Yeti Blue Mic).</p>

INTERNET

Kualitas koneksi internet mungkin saja di luar kendalimu tapi ada beberapa hal yang kamu dapat lakukan untuk meningkatkannya..

PERKUAT SINYAL WIFI

Berguna juga membayangkan sinyal WiFi datang dari router seperti suara dari perangkat stereo. Semakin dekat kamu dan semakin sedikit penghalang, semakin kuat sinyalnya.

Kamu dapat memperolehnya dengan

- * Letakkan router di atas lantai tanpa penghalang
- * Pastikan perangkat sedekat mungkin dengan router wifi - kalau jauh, belilah booster WiFi untuk menguatkan sinyal
- * Kurangi penghalang antara perangkat dan wifi (mis., pintu tertutup)
- * Kecepatan WiFi terbagi di berbagai perangkat; jadi, putuskan koneksi perangkat lain dan mintalah orang-orang tidak melakukan streaming saat kamu wawancara.

Untuk informasi lebih lanjut, lihat video [Vox ini: Ingin WiFi lebih cepat? Berikut ini 5 kiat mudah meriah](#)

TES KECEPATAN KONEKSI

Untuk tes gratis kecepatan internet, buka www.speedtest.net

Kecepatan unggah krusial karena ini menentukan kualitas video. Skype menyebutkan panggilan video HD membutuhkan kecepatan unduh minimum 1,5 Mbps dan kecepatan unduh 1,5 Mbps, tapi idealnya kecepatannya lebih tinggi daripada itu.

COBA LAKUKAN TETHERING KE HP-MU

Kadang bahkan di laptop koneksi data HP lebih cepat daripada WiFi. Coba lakukan tethering ke HP-mu dan tes untuk melihat mana yang lebih cepat. Ini juga dapat menjadi cadangan berguna kalau saja koneksi WiFi putus..

UJI COBA DAN UMPAN BALIK

Menemukan pengaturan yang tepat mungkin perlu perbandingan. Satu ruangan dapat memiliki latar belakang yang sangat baik tapi pencahayaannya jelek. Untuk memperoleh opsi terbaik, terapkan kiat-kiat di atas dan kemudian mintalah umpan balik terkait panggilan Zoom dari kolega.

Minta mereka membayangkan kamu diwawancarai tentang suatu berita, dan mintalah komentar tentang kamera, latar belakang, suara dan internet, apakah ini semua memperkuat atau mengalihkan pesanmu. Memperbaiki pengaturan tidak membutuhkan uang tambahan tapi mungkin perlu percobaan berkali-kali.

NEON

The Comms Hub

The Comms Hub didirikan oleh NEON guna membantu gerakan-gerakan sosial berkomunikasi secara lebih efektif. Bekerja sama dengan PIRC, kami membantu banyak pihak membuat pesan yang efektif, menguasai teknik wawancara, dan meningkatkan keterampilan staf pers mereka. Tujuan kami adalah memiliki suara-suara yang lebih persuasif dan representatif di media.

The Hub akan secara resmi diluncurkan di waktu mendatang tahun ini, tapi kami telah mempunyai berbagai sumber daya yang siap digunakan. Kalau kamu perlu bantuan terkait komunikasi – dari menulis edaran pers hingga menyiapkannya untuk wawancara di media – silakan hubungi kami.

Pelatihan

Kami mengadakan berbagai pelatihan. Dua kali dalam setahun kami menyelenggarakan pelatihan [National Spokesperson Network](#) dan [Regional Spokesperson Network](#). Kami juga mengadakan dua [Press Officer School](#) setiap tahun, dan orang-orang yang bekerja di bagian komunikasi terbuka untuk melamar dan bergabung dengan Press Officer Network kapan pun guna mengakses pelbagai kegiatan, lokakarya dan diskusi online bulanan.



© New Economy Organisers Network (NEON) 2019

Karya ini dilisensikan di bawah **Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License**. Harap cantumkan penulisnya.

Kamu bebas menggunakan, menggunakan kembali, mengubah atau mengembangkan materi ini, tapi kamu harus meminta izin jika menggunakan materi ini untuk tujuan-tujuan komersial.