

## **Aktivitas *Boundary Spanning Digital Public Relations* Komunitas Narasi @Narasi TV**

Ananda Mukminah<sup>1</sup>, Farikha Rachmawati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

### **ABSTRAK**

Komunitas Narasi merupakan wadah generasi muda untuk bergerak dan berdampak di bidang jurnalisme dan media massa. Komunitas Narasi merupakan bagian dari Narasi TV dan tersebar di 37 provinsi seluruh Indonesia. Penelitian ini bertujuan mengetahui aktivitas *boundary spanning* bagi digital public relations Komunitas Narasi. Teori sistem dan konsep *boundary spanning* dijadikan pisau analisis dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif dilakukan dengan paradigma konstruktivistik. Data yang didapat dari penelitian ini diperoleh menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan perwakilan komunitas narasi di beberapa daerah. Hasil penelitian menunjukkan aktivitas *boundary spanning* dalam pendekatan teori sistem. Hadirnya Komunitas Narasi membantu public relations @Narasi TV mengetahui isu yang berpotensi mempengaruhi aktivitas organisasi, sehingga krisis dapat dihindarkan. Komunitas Narasi menjadi representasi isu di tiap daerah yang memudahkan public relations menyeleksi, menerima, dan menyampaikan informasi dari publik kepada organisasi. Lebih dari itu, Komunitas Narasi digunakan sebagai sarana monitor lingkungan dan sistem komunikasi dua arah. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya terkait penerapan aktivitas *boundary spanning* di era digital.

**Kata-kata Kunci:** Public relations; *boundary spanning*, narasi TV, digital public relations

### ***Boundary Spanning Digital Public Relations Activities Narasi Community @Narasi TV***

### **ABSTRACT**

*The Narasi Community serves as a platform for the younger generation to take action and make an impact in the fields of journalism and mass media. As part of Narasi TV, the community is present in 37 provinces across Indonesia. This study aims to explore boundary spanning activities within the context of digital public relations conducted by the Narasi Community. Systems theory and the concept of boundary spanning are used as analytical frameworks in this research. A qualitative method was employed under a constructivist paradigm. Data were collected through interviews, observations, and documentation. Interviews were conducted with representatives of the Narasi Community from various regions. The findings reveal the presence of boundary spanning activities as seen through the lens of systems theory. The existence of the Narasi Community supports the public relations function of @Narasi TV in identifying issues that could potentially affect organizational activities, thereby helping to prevent crises. The community acts as a regional representation of local issues, enabling public relations to effectively filter, receive, and deliver information from the public to the organization. Furthermore, the Narasi Community functions as a tool for environmental monitoring and facilitates two-way communication systems. This research is expected to serve as a reference for future studies on the implementation of boundary spanning activities in the digital era.*

**Keywords:** Public relations; *boundary spanning*, narasi TV, digital public relations

## PENDAHULUAN

Masyarakat semakin mudah untuk berselancar di media sosial dengan dalih mencari informasi lebih mudah melalui wadah tersebut. Biasanya, masyarakat yang sering mengkonsumsi sosial media tak luput dengan menonton konten yang tersebar di seluruh platform. Konten-konten tersebut merupakan hasil dari produksi seorang creator dengan beberapa tujuan, yakni sekedar hiburan, informasi, edukasi, hingga pemasaran. Selain itu, penyebaran konten di seluruh platform media sosial juga tidak luput dengan adanya konten-konten negatif yang tidak mendidik untuk mengedukasi masyarakat. Oleh karena itu, untuk menyelesaikan simpang siur persoalan konten negatif yang ada di media sosial, diperlukan wadah yang dapat memberikan hiburan, edukasi, sekaligus informasi bagi masyarakat yang ada di media sosial.

Pada tahun 2017, Najwa Shihab dan tim membangun sebuah perusahaan media bernama PT Narasi Media Pracaya, atau biasa beroperasi dengan nama Narasi TV yang merupakan perusahaan rintisan bergerak di bidang jurnalisme dan media massa. Perusahaan ini menjadi sebuah production house acara talkshow “Mata Najwa” yang ditayangkan di stasiun televisi Trans7. Hingga akhirnya pada 2022, acara gelar wicara tersebut ditayangkan secara digital melalui berbagai platform media sosial.

Narasi TV versi digital tidak hanya memproduksi Mata Najwa saja, namun banyak produksi konten jurnalisme, dokumenter, opini, ruang interaksi, hingga reportase yang berupa baik

visual, audiovisual, maupun tulisan. Sejak awal dibentuknya Narasi TV, Najwa Shihab membangun bisnisnya itu dengan tiga kunci utama yang disebut dengan 3K, yakni konten, komunitas, dan kolaborasi (Bachdar,2018). Oleh karena itu, Najwa Shihab membangun Komunitas Narasi yang tersebar di 37 provinsi di Indonesia.

Komunitas Narasi menjadi wadah bagi generasi muda untuk berkumpul, berkontribusi, dan berdampak melalui produksi konten serta aksi sosial di daerah masing-masing (Komunitas Narasi, 2025). Komunitas ini awalnya dibentuk sebagai ruang kolaboratif bagi anak muda di berbagai daerah, yang kemudian berkembang menjadi jaringan yang aktif dalam memproduksi konten positif dan relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan konten yang dihasilkan lebih kontekstual dan edukatif, sejalan dengan fungsi public relations dalam menjembatani komunikasi antara organisasi dan publik (Narasi TV, 2025).

Komunitas Narasi berkembang dengan adanya kontribusi nyata yang berasal dari produksi konten, lalu melakukan gerakan aksi yang relevan di daerah masing-masing. Salah satu cara memproduksi konten-konten yang positif agar dapat layak dikonsumsi oleh masyarakat adalah dengan terjun langsung di lingkungan tersebut, sehingga konten yang diproduksi dapat relevan dengan keseharian masyarakat dan bisa tereduksi dengan baik. Perihal tersebut merupakan fungsi dari *public relations* dalam suatu komunitas, organisasi, maupun perusahaan.

*Public relations* yang memiliki fungsi untuk bisa dekat dengan masyarakat dan harus dapat memiliki hubungan yang baik demi terjaganya citra organisasi tersebut. Hal tersebut telah diupayakan oleh Komunitas Narasi yang menjadi salah satu wadah *public relations* Narasi TV. Komunitas Narasi berupaya untuk terjun langsung dengan masyarakat, khususnya di kalangan muda dan mudi di seluruh Indonesia. Komunitas Narasi menjadikan wadah bagi para muda dan mudi di Indonesia yang memiliki ketertarikan di bidang jurnalistik dan media massa. Lebih lanjut, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivistik guna menjabarkan aktivitas *boundary spanning public relations* digital di Komunitas Narasi.

Penelitian mengenai aktivitas *public relations* dalam era digital telah banyak berkembang. Theunissen dan Wan Noordin (2012) menyoroti pentingnya dialog dan partisipasi publik dalam praktik *public relations* modern, terutama ketika teknologi mempercepat komunikasi dua arah. Di sisi lain, Macnamara (2016) memperkenalkan konsep *organizational listening*, di mana organisasi harus membangun sistem yang memungkinkan publik untuk tidak hanya didengar, tetapi juga dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan komunikasi.

Dalam konteks media, Jenkins (2006) mengenalkan istilah *participatory culture* yang menekankan peran aktif audiens dalam menciptakan dan menyebarkan informasi. Namun, penelitian-penelitian ini belum banyak menyoroti peran komunitas sebagai aktor *public relations*

yang strategis, khususnya komunitas yang berada dalam naungan media digital seperti Komunitas Narasi.

Beberapa studi tentang komunitas digital di Indonesia lebih banyak membahas dampaknya dalam aktivisme sosial atau literasi media (Amelia & Sani, 2021), tetapi belum secara eksplisit mengkaji bagaimana komunitas seperti Komunitas Narasi menjalankan fungsi *boundary spanning* untuk menghubungkan publik lokal dengan institusi media pusat.

Dengan demikian, masih terdapat celah penelitian dalam memahami dinamika aktivitas *public relations* berbasis komunitas digital, khususnya dalam kerangka sistem komunikasi media yang terdesentralisasi. Penelitian ini membahas menggunakan kualitatif deskriptif guna menceritakan temuan aktivitas *public relations* dengan teori *boundary spanning*.

Aktivitas *boundary spanning* merupakan salah satu sifat praktisi *public relations* yang menerapkan sistem terbuka. Sistem terbuka yang dimaksud di sini merupakan sistem yang membuka diri untuk proses tukar menukar informasi dan sumber daya dengan lingkungan di bawahnya (Kriyantono, 2021). Dalam proses ini, praktisi *public relations* diharapkan dapat memonitoring dan memanajemen isu-isu yang berdampak pada organisasi.

## **METODE PENELITIAN**

Peneliti menggunakan metode kualitatif paradigma konstruktivisme lantaran dalam penelitian yang berjudul “Aktivitas *Boundary Spanning Digital Public Relations* Komunitas Narasi @Narasi TV” ini, peneliti ingin

menjelaskan aktivitas *boundary spanning* yang dilakukan oleh Komunitas Narasi dalam perencanaan kegiatannya yang merupakan terjun langsung pada masyarakat, hingga bagaimana anggota Komunitas Narasi melakukan monitor terhadap masyarakat di lingkungannya.

Metode mengumpulkan data adalah dengan melalui tahap wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam hal ini, peneliti mewawancarai anggota Komunitas Narasi pusat yakni Muslimin dan ketua dari Komunitas Narasi Jawa Timur, Iwang. Penulis juga melakukan observasi melalui beberapa media sosial milik Komunitas Narasi dan kantor komunitas narasi di beberapa region.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL PENELITIAN**

Salah satu peran *public relations* yang ada di suatu instansi adalah memiliki hubungan yang baik antara masyarakat di sekitarnya. Hal tersebut dapat membuat hubungan berkomunikasi dari suatu instansi kepada pihak eksternal menjadi baik. Namun, praktisi *public relations* tidak serta merta menerima semua timbal balik yang diberikan oleh masyarakat. Tugas dari *public relations* juga harus bisa menyeleksi dan memproses informasi yang masuk dan harus bisa menyeleksi dan membentengi diri dari informasi yang menyesatkan dari luar.

Sebagai komunitas yang berperan penting menjadi bagian dari *public relations* dalam suatu perusahaan, Komunitas Narasi memerlukan peranan masyarakat sekitar untuk menggerakkan aksi program kerja yang dimiliki oleh setiap

daerah. Komunitas Narasi merupakan suatu komunitas yang dibentuk di bawah naungan Narasi TV yang memang berfungsi untuk membentuk jaringan bersama muda-mudi yang ada di seluruh Indonesia. Komunitas yang tersekat dalam beberapa region ini memiliki program kerja yang berbeda satu sama lain.

Pada tahun 2017, komunitas ini dulunya pertama kali dinamai dengan Komunitas Mata Kita yang kemudian rebranding menjadi Komunitas Narasi. Dalam pelaksanaan program kerjanya, Komunitas Narasi tidak jarang untuk merekrut anggota dari luar Komunitas Narasi agar muda mudi sekitar dapat merasakan dan ikut berkontribusi bersama. Salah satu contoh kegiatannya akhir-akhir ini adalah acara perayaan kemerdekaan Indonesia dengan nama acara #MerayakanIndonesia yang dicanangkan oleh Komunitas Narasi Jabodetabek. Anggota komunitas Narasi Muslimin menjelaskan bahwa pada acara ini, Komunitas Narasi Jabodetabek membuka kesempatan *volunteer* untuk masyarakat muda luar merasakan menikmati event yang digelar oleh Komunitas Narasi di region Jabodetabek.



Gambar 1. Konten Komunitas Narasi Jabodetabek

Untuk menjalankan beberapa program kerja yang dilakukan oleh masyarakat muda sekitar, fungsi dari Komunitas Narasi pusat sendiri ialah dengan memberikan pembekalan kepada tiap-tiap Komunitas Narasi regional. Ketika suatu Komunitas Narasi yang ada di regional merespon suatu konsep dan menjadikannya sebuah program kerja, Komunitas Narasi pusat hanya dapat mengawasi dan mengembangkan dengan cara mendukung semua kegiatan yang ada di tiap-tiap regional tersebut.

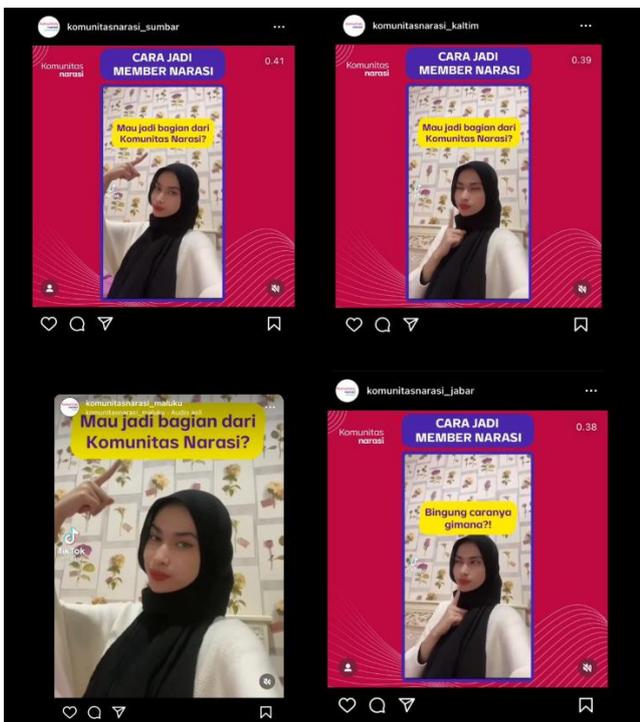
Aktivitas yang dilakukan oleh Komunitas Narasi di tiap-tiap regional memiliki preferensi masing-masing. Namun, setiap regional pasti harus bisa terjun langsung ke masyarakat, agar *value* komunitas yang dimiliki oleh tiap regional masih melekat. Namun, tiap komunitas yang ada di regional memiliki upaya masing-masing untuk meminimalkan atau menghindari masalah dapat dilakukan secara aktif dengan melakukan

monitoring. Aktivitas ini disebut dengan aktivitas *boundary spanning* yang dimiliki oleh praktisi *public relations*.

Pelaksanaan *boundary spanning* yang dilakukan oleh praktisi *public relations* mencakup tiga hal, yakni menjelaskan informasi kepada masyarakat lingkungannya, memonitor lingkungannya, dan membangun sistem komunikasi dua arah dengan publik di lingkungannya. Berikut adalah aktivitas *boundary spanning* yang dilakukan berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Narasi TV:

1. Menjelaskan informasi tentang organisasi kepada masyarakat.

Dalam hal ini praktisi *public relations* harus bisa menjelaskan bagaimana program yang akan dijalankan oleh organisasi agar program dapat dimengerti oleh masyarakat. Hal ini dilaksanakan agar masyarakat dapat mengerti dan menangkap informasi dengan jelas dan menghambat isu yang tidak diinginkan. Contoh kegiatan Komunitas Narasi yang mempublikasikan informasi terkait kegiatan Komunitas Narasi di setiap regional adalah ketika open recruitment anggota Komunitas Narasi di tiap region.



Gambar 2. Contoh postingan beberapa konten yang dipublish oleh seluruh region

Sumber: Instagram Komunitas Narasi Sumbar, Kaltim, Maluku, Jabar.

Dokumentasi di atas merupakan sebuah contoh penjelasan informasi melalui konten yang relate dengan kaula muda yang menjadi target pasar Komunitas Narasi. Konten tersebut dipublish oleh seluruh akun media sosial di Instagram milik setiap region. Gambar merupakan contoh dari beberapa region yang menginput konten tersebut.

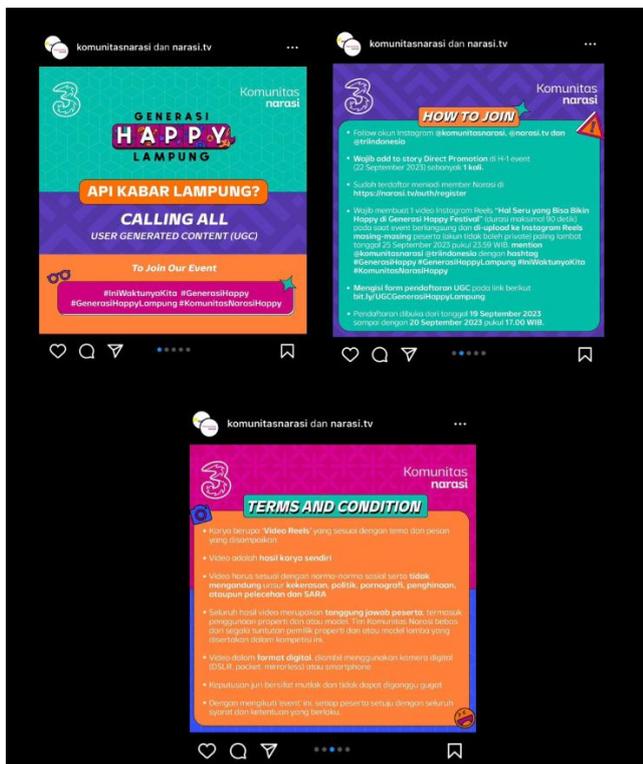
Hal ini merupakan salah satu input bagi publik. Kemudian pihak instalasi akan menerima umpan balik dari masyarakat yang mengkonsumsi konten tersebut dan tertarik akan konten yang dihasilkan. Sementara itu, fungsi dari Komunitas Narasi pusat di sini adalah memonitor masing-masing region terkait publikasi konten yang diseleksi kelayakannya dan memantau perkembangan yang

dimiliki oleh tiap-tiap region setelah konten tersebut terpublish.

2. Memonitor lingkungan dan mengetahui isu yang berpotensi mempengaruhi organisasi

Aktivitas monitoring dan manajemen isu dalam praktisi public relations merupakan satu hal yang wajib dilakukan agar tidak menghambat dan mempengaruhi aktivitas organisasi yang lain. Hal ini yang dilakukan oleh Komunitas Narasi pusat terhadap Komunitas Narasi region apabila akan melaksanakan program kerja kegiatan masing-masing. Sebelum dilaksanakan kegiatan, Komunitas Narasi region akan meminta perizinan ataupun pengajuan kepada pusat, agar pusat juga bisa memantau jalannya kegiatan.

Ketika Komunitas Narasi region akan menjalankan suatu kegiatan, mereka akan lebih dulu meminta izin dan memberikan laporan terhadap Komunitas Narasi pusat. Selain demi monitoring jalannya acara, Komunitas Narasi pusat juga harus bisa mengetahui perkembangan apa saja yang berjalan di tiap-tiap daerah. Komunitas Narasi merupakan perpanjangan tangan dari Narasi TV namun dengan versi yang ruang lingkupnya lebih sempit, maka untuk kegiatan yang memiliki value Narasi tinggi terkadang juga bisa dipublish oleh Komunitas Narasi Pusat.



Gambar 3. Contoh kegiatan Komunitas Narasi

Salah satu contoh kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak yang ingin berkolaborasi bersama Komunitas Narasi, yakni provider Tri. kegiatan tersebut merupakan suatu informasi kompetisi membuat konten yang akan dipublikasi di media sosial beserta syarat dan ketentuannya. Hal ini dapat dikaitkan dengan bagaimana Komunitas Narasi dapat memonitor lingkungannya dengan cara menginformasikan kegiatan dengan lengkap beserta dengan langkah-langkah untuk join hingga syarat dan ketentuannya. Tentu saja hal ini akan mengurangi dampak isu yang terjadi apabila terdapat orang awam yang belum paham terkait langkah-langkah untuk mengikuti kompetisi dan kemudian menyebabkan hal-hal yang tidak diinginkan. Dapat dilihat dari indikator kesuksesannya dari informasi tersebut

bahwa tidak ada komentar buruk ataupun komentar pertanyaan yang dilontarkan dalam postingan tersebut.

3. Membangun sistem komunikasi dua arah dengan masyarakat luas

Organisasi yang baik merupakan organisasi yang dapat beradaptasi di lingkungannya. Oleh karena itu, praktisi public relations juga merupakan seorang fasilitator komunikasi.

Salah satu kegiatan yang dapat membangun sistem komunikasi dua arah ialah dengan melakukan interaksi bersama masyarakat. Kegiatan ini dilaksanakan agar dapat membangun kehadiran aktif di media sosial dan bisa merespon komentar hingga pertanyaan yang dilontarkan oleh audiens.



Gambar 4. Informasi kegiatan Komunitas Narasi Jatim

Contoh dari kegiatan ini dilakukan oleh Komunitas Narasi Jatim yang menyelenggarakan ruang untuk bisa berdiskusi bersama audiens. Meskipun ruang yang dipakai berupa Live Instagram dengan menghadirkan narasumber dari luar, yakni Ferdian Tri Kusuma, namun dengan adanya kegiatan ini, Komunitas Narasi Jawa Timur bisa berinteraksi bersama audiens sekitar melalui Live Instagram tersebut.

Temuan dalam penelitian ini yakni Komunitas Narasi merupakan suatu wadah perpanjangan Narasi TV menurut ruang lingkup regional. Tidak hanya memproduksi konten, namun Komunitas Narasi dapat menyelenggarakan event, talkshow, hingga kegiatan amal yang dapat terjun langsung ke masyarakat, secara tidak langsung menjadi media untuk bisa berkontribusi sebagai praktisi public relations dalam lingkup penyebaran regional.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan ketiga aspek teori *boundary spanning*, Komunitas Narasi secara aktif berperan sebagai perpanjangan tangan fungsi public relations Narasi TV dalam ruang lingkup komunitas digital. Dengan menjelaskan informasi, memantau lingkungan, serta membangun komunikasi dua arah yang adaptif, Komunitas Narasi menunjukkan peran strategis dalam menciptakan hubungan harmonis antara organisasi dan publik di seluruh wilayah Indonesia. Aktivitas ini penting, terutama dalam era komunikasi digital yang dinamis, di mana hubungan publik-organisasi tidak lagi bersifat top-down, tetapi partisipatif dan kolaboratif.

Aktivitas Boundary Spanning Digital Public Relations Komunitas Narasi @Narasi TV (Ananda Mukminah, Farikha Rachmawati)

## **SIMPULAN**

Temuan dalam penelitian ini adalah aktivisme digital dilakukan praktisi public relations guna memiliki hubungan internal dan eksternal dengan stakeholder yang lebih baik dan luas. Hal ini sesuai dengan teori *boundary spanning* yakni penguasaan informasi publik, pemantauan lingkungan hidup, dan membangun sistem komunikasi dua arah dengan masyarakat di lingkungan sekitar. Hal ini dilakukan guna melakukan monitoring isu dan tindakan preventif menghindari krisis.

Ada tiga kegiatan utama yang dilakukan praktisi public relations dalam menjalankan fungsi *boundary spanning* yakni : 1) menjelaskan informasi mengenai informasi kepada masyarakat, 2) memantau lingkungan dan mengidentifikasi potensi permasalahan yang berdampak pada organisasi, dan 3) membangun sistem komunikasi dua arah dengan masyarakat luas.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

- Ardianto, E. (2009). *Public Relations Praktis*. Widya Padjajaran, Bandung.
- Kriyantono, R. (2020) *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian & Praktik*. Prenada: Jakarta.
- Nurjanah, A., Nurnisya F., Y. (2016). *Pemanfaatan Digital Public Realties (PR) dalam Rajawali Pers*.
- Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta:
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta:
- Tohirin. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan*

### **Jurnal cetak**

- Sulaiman, A. I., Sugito, T., & Sabiq, A. (2016). *Komunikasi pembangunan partisipatif untuk*

pemberdayaan buruh migran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 233-252.

### **Jurnal online**

- Aldrich, H., & Herker, D. (1977). Boundary spanning roles and organization structure. *Academy of Management Review*, 2(2), 217–230.  
<https://doi.org/10.5465/amr.1977.4409044>
- Amelia, D., & Sani, R. (2021). Peran komunitas digital dalam mendorong literasi media di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(2), 123–134.
- Bachdar, A. (2018). Narasi TV meluncurkan saluran YouTube-nya pada 28 Februari 2018 sebagai respons terhadap pola budaya yang bergantung pada teknologi smartphone.
- Bachdar, A. (2018). Narasi.tv lebih fokus pada memperkuat komunitas dan kolaborasi dengan melakukan aktivitas seperti workshop dengan berbagai komunitas.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kent, M. L., & Taylor, M. (2002). Toward a dialogic theory of public relations. *Public Relations Review*, 28(1), 21–37.  
[https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(02\)00108-X](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(02)00108-X)
- Macnamara, J. (2016). *Organizational listening: The missing essential in public communication*. Peter Lang Publishing.
- Theunissen, P., & Wan Noordin, W. N. (2012). Revisiting the concept of dialogue in public relations. *Public Relations Review*, 38(1), 5–13.  
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.09.006>