

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini pertumbuhan teknologi dan media sangatlah berkembang pesat, dikutip pada Antara News.com, media massa pada era reformasi sangat luar biasa berkembang dibandingkan pada era orde baru. Terdapat 289 media cetak, 6 stasiun televisi dan juga hanya 740 radio pada era orde baru selama 32 tahun (Admin, 2008). Dewan pers, Wikrama Iryans Abidin mengatakan terjadinya penambahan jumlah media cetak menjadi 1.687 penerbitan pada pasca era reformasi.

Saat ini terjadinya pengurangan media cetak dikarenakan media yang berkembang menjadi media daring/online, pada tahun 2020 lalu, Dewan Pers memperkirakan terdapat 47.000 media pers, yang dibagi menjadi 43.300 media online, 2000 media cetak dan 674 media radio.(Humas, 2022).

Banyaknya media online yang semakin banyak bermunculan membuat pemberitaan informasi semakin cepat dan generasi generasi sekarang juga akan lebih senang membaca menggunakan media online dikarenakan akan sangat lebih cepat dan juga praktis, oleh karena itu ini merupakan salah satu alasan mengapa media online sangat berkembang pesat.

Selain banyaknya muncul media online, stasiun televisi yang baru, banyaknya media online/portal online yang menarik penonton dibandingkan dengan acara acara televisi, sampai munculnya TV Cable yang mudah di dapatkan oleh masyarakat merupakan salah satu faktor yang dapat membuat persaingan pada industri media saat ini, oleh karena itu PT. MNC Media melakukan integrasi pada empat tv agar lebih stabil dan lebih menarik masyarakat dibandingkan dengan sebelumnya.

PT.MNC Media juga mempunyai portal internal yaitu Okezone, SindoNews, iNews, Celebrities dan juga IDX

1. Okezone



Gambar 1. 1 Okezone

Sumber : (Okezone, 2022)

Okezone merupakan salah satu portal media pada PT MNC Media, Okezone adalah sebuah platform berita umum yang ditunjukkan untuk audience yang akan membaca di Indonesia maupun diluar negeri, okezone memberikan penampilan berbagai macam konten berita, yaitu berita, actual, politik, peristiwa, internasiona, ekonomi, gaya hidup celebrities, olahraga, otomotif, teknologi, perjalanan, kehidupan muslim dan juga multimedia. Okezone sendiri pertama kali diluncurkan pada tanggal 1 Maret 2007 dan menjadi bisnis media online pertama yang dimiliki oleh PT.MNC Media. Saat ini, okezone telah menjadi portal berita terpopuler di Indonesia berdasarkan peringkat Alexa Rank. Dengan peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengguna internet di Indonesia selama beberapa tahun.

2. SindoNews



Gambar 1. 2 SindoNews

Sumber : (SindoNews, 2022)

Dikutip melalui laman MNC.co.id, SindoNews adalah portal berita yang sangat besar dan berdampak yang muncul pertama kali pada 4 Juli 2012, yang merupakan portal yang ada di dalam MNC Group, SindoNews sendiri memiliki tagline yaitu “ Bukan Berita Biasa” tagline ini memberikan kesan agar sindonews berbeda dengan portal berita lainnya. Sindonews juga menyajikan beberapa informasi yang pastinya akurat, terpercaya dan sangat berkualitas secara cepat kepada masyarakat luas. Berita di dalam sindonews juga akan diketahui terlebih dahulu lebih mendalam dan komperenhsif sehingga berita ini dapat menjadi referensi untuk keputusan yang ada pada pebisnis, pemerintahan, politisi baik stakeholder yang berkaitan dengan berita. Portal berita ini juga didukung oleh beberapa kelompok penelitian dan suatu pengembangan yang independent dan juga akurat.

3. iNews



Gambar 1. 3 iNews

Sumber : (iNews , 2022)

iNews merupakan portal berita yang berada pada naungan MNC Group, yang dibagi menjadi portal nasional dan juga portal daerah. iNews memiliki misi yaitu menjadi sebuah portal berita yang inspiratif dan juga informatif baik di tingkat nasional maupun regional. Dan misi dari iNews adalah memiliki berita dan memiliki beberapa fitur online yang mudah dibaca, memiliki kedalaman informasi, berita yang akurat serta menarik secara visual dan dapat menginspirasi semua orang yang dimana iNews dapat diakses kapanpun dan dimanapun.

4. IDX Channel



Gambar 1. 4 IDX Channel

Sumber : (IDX Channel, 2022)

IDX Channel merupakan sebuah platform berita ekonomi yang diluncurkan di mainhall Bursa Efek Indonesia (BEI) di Jakarta pada tanggal 08 Oktober 2018. Portal IDX Channel hadir sebagai pelengkap dari saluran televisi IDX channel yang sudah ada sejak pada bulan Agustus 2015 lalu. IDX channel dapat diakses melalui saluran berbayar seperti Indihome, MNC Vision dan First Media. IDX Channel merupakan bagian dari perusahaan PT Tiwi Bursa Efek Indonesia, berita yang disajikan tidak hanya mengenai pasar modal tetapi juga menghadirkan berita akurat yang lebih luas dalam cakupannya.

5. Celebrities.id



Gambar 1. 5 Celebrities

Sumber : (Celebrities, 2022)

Celebrities.id merupakan sebuah portal berita yang berada dalam naungan MNC Group yang fokus pada berita seputar selebriti/ artis artis dan gaya hidup , portal celebrities memiliki visi yaitu menjadi sumber yang menginspirasi serta mengedukasi masyarakat atau pembaca berita, dan misinya yaitu memiliki berita dan fitur yang menarik seperti *komprensif eksklusif* dan juga menarik secara visual. Celebrities.id juga menghadirkan berita seputar selebriti baik dari Indonesia maupun luar Indonesia, hiburan, Kesehatan, fashion, kecantikan, kuliner , otomotif hingga teknologi. Semua berita dikemas secara mendalam hingga sudah pasti semua berita yang dinaikkan ke dalam portal akurat.

6. Sportstars



Gambar 1. 6 Sportstars

Sumber : (Sportstars, 2022)

Berbeda dengan portal lainnya, Sportstars.id merupakan portal yang berfokus kepada olahraga, sportstars.id juga termasuk bagian dari perusahaan PT MNC Group, misi portal sportstars adalah menyajikan

berita olahraga yang memiliki keberagaman informasi dari berita mengenai cabang olahraga di Indonesia maupun di luar negeri seperti berita mengenai bola, balap, basket, fighting, sportainment dan. Berita ditulis dengan penulisan yang informasi, mudah dibaca, akurat, mendalam yang dapat menjadi referensi masyarakat luas yang membaca berita pada portal Sportstars

Pada praktik magang, penulis di posisikan sebagai staff *Public Relations* pada department Corporate Secretary, Corporate Secretary pada PT.MNC Media terdapat Divisi Media Relations yang merupakan bagian dari Eksternal Komunikasi.

Media Relations dapat diartikan sebagai interaksi dan hubungan antara sebuah organisasi atau perusahaan dengan media massa atau pers, dimana tujuannya adalah untuk membangun hubungan yang positif dan saling menguntungkan anatara kedua belah pihak. *Media Relations* mencakup berbagai upaya untuk memperoleh pemberitaan positif dan mengatasi berita yang tidak baik mungkin terjadi. (Maysari, 2023)

Menurut beberapa ahli seperti James Grunig, Cutlip, Center, Broom, Michael Bland, dan juga Peg Hall telah memberikan definisi atau pengertian yang serupa yaitu *Media Relations* merupakan suatu taktik komunikasi organisasi atau perusahaan untuk mempengaruhi media agar memberikan pemberitaan yang menguntungkan bagi suatu organisasi dan perusahaan serta untuk menjaga reputasi perusahaan melalui upaya yang positif.(Broom, Center, 2000)

Media Relations dapat didefinisikan sebagai salah satu berbagai kegiatan *Public Realtions* untuk membagikan informasi kepada public eksternal dalam rangka memberikan dukungan dan kepercayaan (Ardianto, 2011:264).

Menurut Hidayat, (2014:78) terdapat fungsi Media Relations yaitu,

1. Menjaga semua informasi atau data mengenai organisasi atau perusahaan yang sedang berkembang di media agar tetap stabil, seimbang dan objektif.
2. Memperoleh publikasi yang luas mengenai kebijakan atau Langkah yang dilakukan perusahaan dan penting untuk diketahui oleh public
3. Mendapatkan hasil berupa feedback yang positif dari public eksternal yang nantinya akan menjadi sumber data referensi dalam melakukan evaluasi terhadap kegiatan atau program yang telah dilakukan oleh perusahaan.
4. Menciptakan hubungan saling percaya yang akan terus berlanjut antara perusahaan dan pihak media.

Tujuan utama dari Media Relations adalah agar dapat selalu menaikkan dan menjaga reputasi perusahaan beserta produknya dan juga memberikan informasi serta mempengaruhi khalayak sasaran perusahaan (Bland, M., Theaker, A., Wragg, 2004:52).

Seorang Public Relations perlu mengetahui apa itu metode, alat dan taktik kerja. Media dapat di definisikan sebagai suatu alat kerja Public Relations dalam menjalankan tugasnya. Dalam menjalankan beberapa fungsi dari Public Relations yaitu dapat memanfaatkan media massa. Ini merupakan alasan Public Relations membutuhkan media, yaitu sebagai sarana atau alat penyambung informasi dari setiap ide – gagasan atau kegiatan Public Relations agar mudah untuk diterima cepat oleh masyarakat.(Artis, 2011)

Untuk membangun hubungan dengan media atau Media Relations, terdapat beberapa Langkah praktis yang dapat diambil. Hal ini dilakukan melalui implementasi karya – karya Public Relations yang inovatif serta melibatkan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan pers. Beberapa kegiatan tersebut mencakup (Artis, 2011):

1. Press Release, adalah suatu bentuk pemberitaan yang dikirimkan kepada media massa dengan tujuan agar dianggap sebagai berita

yang layak untuk disebarluaskan. Setiap kali melaksanakan kegiatan atau acara, Press Release dapat dilakukan sebagai Langkah untuk menginformasikan ke media massa.

2. Press Conference, juga dikenal dengan istilah temu pers atau jumpa pers merupakan suatu kegiatan dimana seorang pejabat pemerintah atau swasta memberikan informasi secara simultan atau bersamaan kepada sekelompok awak media, bahkan dalam jumlah yang besar.
3. Press Luncheon merupakan suatu upaya untuk menjaga hubungan yang baik antara pejabat Public Relations dan perwakilan media dengan menyelenggarakan acara makan siang/jamuan makan siang.
4. Press Tour adalah Tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau Lembaga tertentu dengan tujuan mengunjungi suatu tempat, termasuk tempat wisata. Tujuan dari Press Tour ini adalah untuk menyampaikan dan mempromosikan produk, perusahaan, atau ide kepada para wartawan.

Diskusi mengenai peran yang harus dilakukan oleh seorang *Public Relations* diharapkan dapat membangun serta mengelola reputasi dalam suatu organisasi, terutama sekarang sudah berada di dalam era digital, dimana terdapat ekspektasi yang tinggi terhadap keterbukaan, Keterlihatan, Transparansi, dan Keaslian dalam sebuah organisasi dan telah di dokumentasikan dengan baik (Arini Ulfa Satira, 2021). Banyak artikel yang telah diterbitkan melalui jurnal komunikasi dan bisnis yang menunjukkan keterkaitan yang kuat antara reputasi organisasi dan efektivitas organisasi (Van Riel, C. & Fombrun, 2007; Gibson, 2006; Hong dan Yang and Grunig 2005).

Buku *Public Relations Theory II* juga menyebutkan bahwa media monitoring sangat berperan penting dalam *Media Relations*, sehingga dapat mengetahui berita yang dibuat dalam berita akurat atau tidak. *Media Relations* inilah yang menjadi tugas dan fokus dari penulis selama melakukan praktik kerja magang pada PT.MNC Media.(Admin, 2022)

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1. Tujuan

Tujuan dan maksud magang yang dilakukan penulis adalah untuk menambah wawasan baru, ilmu baru dan juga pengalaman baru di dalam dunia kerja industri. Penulis melakukan praktik kerja magang sebagai staff *Public Relations* pada PT. MNC Media dengan maksud dan tujuan sebagai berikut :

1. Agar penulis dapat mengetahui aktivitas divisi *Public Relation* dan implementasinya sehingga dapat meningkatkan dan menjaga reputasi perusahaan PT.MNC Media
2. Untuk melatih *Softskill* dan *Hardskill* penulis di lapangan kerja.
3. Untuk melatih kedisiplinan, kemandirian, kejujuran hingga melatih kerja sama dalam lingkungan kerja.

1.2.2. Manfaat

Selama penulis melakukan praktik kerja magang, penulis juga mendapatkan manfaat seperti :

1. Penulis dapat mengetahui bagaimana cara kerja atau mengetahui SOP pada suatu perusahaan.
2. Penulis mendapatkan pengalaman dan ilmu yang baru dan lebih luas.
3. Penulis mengetahui cara bekerja sama dengan tim dengan baik sehingga dapat melakukan pekerjaan dengan baik.
4. Penulis harus belajar lebih teliti di dalam penulisan.
5. Penulis dapat membangun rasa kepercayaan diri dan mempunyai inisiatif yang tinggi.

Manfaat yang diberikan untuk Universitas Multimedia Nusantara adalah sebagai berikut :

1. Pihak Universitas Multimedia Nusantara dapat menjalin relasi dengan perusahaan PT.MNC Media

Manfaat yang diberikan untuk perusahaan PT. MNC. Media adalah :

1. Membantu pekerjaan dari Section Head
2. Membantu perusahaan di dalam setiap event acara yang akan dilaksanakan.
3. Mendapatkan saran dari penulis untuk meningkatkan kualitas kerja di PT.MNC Media.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu kerja Magang

Penulis melakukan praktik kerja magang di PT. MNC Media sebagai staff *Public Relation* selama 100 hari atau 800 jam kerja. Dimulai pada tanggal 17 Januari 2023 sampai dengan 8 Mei 2023 dengan sistem kerja *Hybrid*, Jam kerja setiap hari dimulai dari hari Senin – Minggu, Senin sampai Jumat *Work From Office* atau datang langsung pada Gedung kantor MNC Tower di Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Dan Sabtu – Minggu bekerja di rumah atau *Work From Home* dengan jam kerja setiap hari pada pukul 09.00 sampai pukul 18.00 WIB. Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis ditugaskan untuk melakukan media relations dan melaksanakan seluruh tugas tugas yang telah diberikan oleh supervisi.

1.3.2 Prosedur pelaksanaan Magang

Sebelum melakukan kegiatan praktik magang pada perusahaan PT. MNC Media, penulis membuat CV yang kredibel dan baik dan memberikan CV (Curriculum Vitae). Dan penulis mengirimkan surat permohonan magang pada website magang merdeka umn yang akan di setujui, di tanggal 20 Desember 2023, Cover Letter penulis sudah disetujui. Lalu penulis memberikan CV dan juga Cover Letter kepada

HRD PT.MNC Media, setelah itu penulis dipanggil untuk melakukan Interview magang dengan HRD dan pembimbing atau mentor selama melakukan praktik magang pada PT.MNC Media. Setelah menunggu hasil wawancara, penulis dikirimkan pesan oleh pembimbing magang dimana penulis diterima pada perusahaan tersebut dan dapat menjalankan magang pada tanggal 17 Januari 2023 dan selesai pada tanggal 08 Mei 2023, setelah itu penulis diwajibkan untuk membuat laporan magang, laporan ini bersifat wajib untuk membuat karya penulisan aktivitas – aktivitas yang dilakukan oleh penulis ketika sedang melakukan praktik kerja magang pada PT.MNC.Media. laporan ini akan dikumpulkan dan akan menjadi salah satu syarat kelulusan penulis untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Multimedia Nusantara.

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA