



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial dalam kehidupannya tidak lepas dari aspek komunikasi. Komunikasi terjadi dalam setiap interaksi antar manusia dari perorangan hingga kelompok. Komunikasi merupakan kebutuhan yang bukan hanya percakapan sederhana, tapi komunikasi juga dilakukan antar kelompok, atau perusahaan, atau organisasi yang masuk dalam tatanan masyarakat.

Media relations hadir sebagai salah satu fungsi dalam corporate communication untuk menjalin hubungan yang baik dengan media guna menjaga citra dan reputasi perusahaan. Menurut Barbara Averill (Iriantara, 2005, h. 28) kegiatan *media relations* hanyalah salah satu bagian dari PR, namun ini bisa menjadi perangkat yang sangat penting dan efisien.

Media relations terlihat sederhana, namun saat ini menjadi sangat penting bagi perusahaan yang berpotensi diterpa oleh isu negatif. Fariani dan Aryanto (2009) menjelaskan bahwa hubungan antarmedia dan organisasi terlihat sederhana namun jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan hubungan dengan media akan merepotkan pihak organisasi atau perusahaan untuk dapat keluar dari situasi tertentu khususnya pada masa krisis.

Pada praktiknya kegiatan media relations yang dijalankan oleh corporate communication PT Adaro Energy Tbk. bersama penulis adalah dengan mengadakan beberapa kegiatan seperti media event, media visit, dan media monitoring sebagai bentuk pengawasan terhadap pemberitaan media terkait perusahaan. Media event dijalankan perusahaan dengan mengundang media kedalam acara internal perusahaan sebagai bentuk pendekatan para karyawan dengan pihak-pihak media. Sedangkan media visit dijalankan untuk berkunjung serta menimbulkan interaksi dengan bertukar informasi.

PT Adaro Energy Tbk. adalah perusahaan yang bergerak di industri pertambangan batu bara terbesar di Indonesia. Perusahaan ini menaungi banyak anak perusahaan dan juga memiliki citra yang baik serta mampu bersaing dengan kompetitor lokal bahkan luar negeri. Salah satu tantangan terbesar bagi perusahaan adalah bagaimana upaya menjaga citra yang baik di mata publik dan para *stakeholder*-nya.

Oleh karena itu peranan *public relations* dan lebih khususnya lagi *media relations* menjadi penting. Sebab melihat media massa yang masih memiliki pengaruh kuat dalam persebaran informasi bahkan mempengaruhi persepsi publik, dengan hanya mengadakan kegiatan *media relations* yang berhasil perusahaan akan bisa mendapatkan publikasi dan citra yang positif. Kegiatan yang berkaitan dengan *media relations* di antaranya yaitu dengan mengadakan *press conference*, *press release*, *media gathering*, *media visit*, *media event*, dan *media monitoring*. PT Adaro Energy Tbk. selalu berupaya menjalin hubungan yang baik dengan media untuk tujuan mendapatkan publikasi atau pemberitaan yang positif. Hal yang dilakukan *corporate communication* adalah dengan mengundang media untuk melihat aktivitas pertambangan, program CSR “Program Adaro Santri Sejahtera”, hingga program pemberdayaan masyarakat seperti pengolahan madu kelulut di sekitar area pertambangan.

Divisi *Corporate Communication* merupakan salah satu divisi di perusahaan Adaro Energy yang berfokus dalam menjaga citra dan reputasi perusahaan baik secara internal maupun eksternal. Secara internal divisi *Corporate Communication* melakukan *treatment* dengan mengadakan beberapa kegiatan internal seperti ulang tahun perusahaan, rangkaian perlombaan untuk karyawan, serta mengedarkan *newsletter* sebagai bentuk informasi serta kebanggaan terhadap perusahaan itu sendiri sehingga citra positif yang ada dalam internal dalam keluar secara positif juga. Sedangkan secara eksternal, Adaro Energy melakukan rapat umum pemegang saham (RUPS) setiap tahunnya secara berkala, hal itu dilakukan untuk melaporkan seluruh informasi terkait perusahaan secara terbuka. Selain itu divisi *Corporate Communication* juga melakukan monitoring media atas informasi yang berkaitan dengan perusahaan sebagai bentuk kontrol agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Berdasarkan dari latar belakang di atas, penulis melakukan kerja magang di Adaro Energy, sebagai berikut;

1. Mengetahui aktivitas *Media Relations* pada divisi Corporate Communication di PT Adaro Energy Tbk.
2. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam melakukan *media monitoring, media coverage*, membuat produk tulisan *newsletter* dan membuat konten publikasi media sosial.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

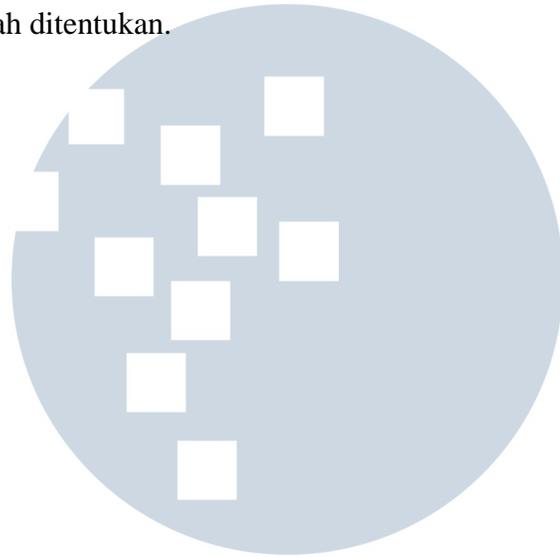
1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang dilakukan penulis di PT Adaro Energy Tbk. Berlokasi di Menara Karya Lt. 23, jalan H.R. Rasuna Said, Block X-5, Kav. 1-2, Jakarta Selatan. Kerja magang ini dilakukan penulis selama 3 bulan, terhitung sejak tanggal 01 November 2018 hingga 31 Januari 2019. Setiap Hari Senin hingga Jumat, dengan jam kerja selama 6 jam, yakni mulai pukul 08.00 WIB hingga 15.00 WIB. Durasi dan waktu magang merupakan hasil kesepakatan antara penulis dengan *Human Resource Department* PT Adaro Energy Tbk.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

- Penulis beberapa tahap untuk dapat melakukan kerja magang di PT Adaro Energy, diantaranya menyerahkan CV dan surat pengantar resmi universitas ke pihak HRD. Setelah itu penulis menerima panggilan hingga melewati tahap wawancara.
- Setelah secara resmi diterima di PT Adaro Energy Tbk., penulis menukar surat pernyataan resmi penerimaan peserta magang dari perusahaan kepada BAAK dengan form KM 03 hingga KM 07.
- Setiap harinya penulis menghadiri kegiatan magang serta mengisi absensi, hingga mencatat setiap aktivitas yang telah dilakukan penulis.

- Setelah selesai proses kerja magang selama 3 bulan, penulis diberi penilaian dan review oleh pembimbing lapangan dan menerima sertifikat dari pihak HRD atas selesainya periode pelaksanaan magang.
- Laporan yang telah dibuat akan diperiksa ulang dan disetujui oleh dosen pembimbing magang serta ketua program studi ilmu komunikasi yang kemudian akan dipresentasikan dalam sidang magang sesuai tanggal yang telah ditentukan.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA