

# BAB 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Departemen Humas (Hubungan Masyarakat), di suatu lembaga atau instansi sangatlah penting, khususnya di pemerintahan utamanya bertujuan untuk meningkatkan hubungannya dengan masyarakat. Humas sangatlah dibutuhkan untuk membantu lembaga atau instansi yang membangun sebagai upaya menghindari adanya perbedaan persepsi. Humas merupakan kegiatan untuk menumbuhkan saling pengertian kepercayaan diantara suatu lembaga organisasi dengan seluruh khalayak pada humas, adanya upaya guna mendatangkan hubungan yang selaras diantara organisasi dengan target publiknya hingga muncul persepsi yang memberikan keuntungan demi kelangsungan lembaga tersebut (Jefkins & Yadin, 2014).

Humas ialah bagian dari suatu lembaga atau organisasi yang bertugas guna menilai dan memahami beragam pandangan khalayak umum dan permasalahannya mengenai lembaga atau organisasi tersebut. Mereka dijadikan pertimbangan dalam beragam kebijakan guna menciptakan citra positif di mata lembaga dan organisasi. Umumnya humas mencakup kegiatan-kegiatan mulai dari perbaikan lembaga itu sendiri (humas), menciptakan atau membangun citra organisasi atau bisnis (*image building* dan kreatifitas), hingga hubungan positif terbangun di mata masyarakat. Menurut para pakar humas, secara struktural humas ialah hal yang tidak terpisahkan dari sebuah lembaga atau organisasi dan bukan sebagai fungsi tersendiri dari sistem pengelolaan lembaga tersebut (Ruslan, 2016:12).

Dalam melaksanakan tugasnya, Humas memiliki fungsi *Public Relations* sebagai aktivitas yang terencana dari sebuah organisasi untuk membentuk hubungan yang baik dan bermanfaat dengan publik. Sebagai seorang praktisi

Humas harus mampu memberikan informasi, menanamkan pengertian, membentuk persepsi, dan juga membentuk opini (Emery & Liliweri, 2014).

Humas pemerintah ialah fungsi komunikasi yang berfungsi sebagai jendela hubungan diantara publik dengan pemerintah yang diatur, atau yang bermakna bertindak menjadi perpanjangan tangan pemerintah (Bowen & Suprawoto, 2018).

Umumnya, departemen humas pemerintah tidak mempunyai kewenangan guna berkontribusi dalam rumusan pemerintahan. Departemen Humas Pemerintah didirikan guna mendukung promosi kebijakan pemerintah dan hubungan masyarakat. Humas memberi pemahaman dan informasi pada khalayak umum perihal kebijakan yang mempengaruhi kehidupannya. Selain menjalankan kontak dengan pihak eksternal, petugas humas bisa memberikan saran pada aparat perihal informasi yang dibutuhkan serta memberikan deskripsi umum perihal kemungkinan reaksi publik ada tindakan yang dijalankan atau didiskusikan. (Lippman & Kusumastuti, 2014).

Citra begitu penting untuk lembaga dan organisasi. Yang hendak diwujudkan oleh lembaga lewat humas ialah kesuksesan dan reputasi yang baik. Citra yang baik pada suatu lembaga bisa memberikan dampak positif bagi kemajuan lembaga terkait. Citra yang baik terhadap suatu lembaga ialah aset terpenting lantaran berdampak pada operasional lembaga pada sejumlah hal dan persepsi pelanggan (Nova, 2017:302).

Dalam praktiknya berupaya untuk memberikan informasi dan menanamkan pengertian publik, humas membutuhkan kerjasama dan membangun hubungan baik dengan media, atau yang diartikan *Media Relations*. Humas ialah aktivitas hubungan masyarakat yang membentuk hubungan profesional diantara seseorang, sekelompok, dan lembaga serta personel media, sebagaimana produser dan jurnalis berita, serta mengoordinasikan komunikasi guna menghasilkan publisitas. Publisitas adalah elemen yang penting dalam Humas karena melalui publisitas perusahaan atau organisasi dapat mengkomunikasikan kebijakan, program,

maupun inovasinya sehingga mendapatkan perhatian dari masyarakat, (Johnston, 2013).

*Media Relations* ialah instrumen, kegiatan, media penunjang atau kerjasama yang ditujukan demi kelancaran pelaksanaan proses promosi dan publikasi beragam program kegiatan ataupun kegiatan komunikasi humas bersama masyarakat. Dalam praktiknya, memang bersifat teknis (Johnston, 2013).

Media sosial merupakan perangkat aplikasi online yang memungkinkan para pemakainya untuk saling berkomunikasi, berpartisipasi, dan berinteraksi secara online. Media sosial tidak hanya digunakan secara personal saja, media sosial juga digunakan oleh instansi untuk memenuhi kebutuhan instansi dan menjangkau publik secara luas dan cepat. Platform yang digunakan oleh Diskominfo untuk melakukan publikasi mengenai informasi yang ditujukan kepada khalayak, diantaranya adalah Instagram, Youtube, Twitter, Facebook, dan *Website* (Aryanto, 2020, p. 161).

Menurut (Niken, 2018, p. 13-14) dalam memaksimalkan media sosial lembaga Pemerintahan harus memiliki sebuah perencanaan. Berikut terdapat beberapa fungsi media sosial dalam Pemerintahan diantaranya adalah:

1. Mendorong efisiensi Pemerintah Media sosial dapat menjangkau khayalak yang lebih luas.
2. Sebagai sarana di saat krisis dan bencana alam Saat terjadi bencana alam atau krisis, Masyarakat akan mencari informasi dari media sosial.
3. Memulihkan kepercayaan masyarakat Media sosial menjadi solusi dalam mencari informasi karena dapat menjangkau informasi secara lebih personal dan komunikatif.

Menyusun bahan konten pada media sosial Pemerintah memerlukan strategi yang baik, seperti menentukan konten informasi yang berkesinambungan dengan kegiatan kebijakan Pemerintah. Hal ini bertujuan agar pesan yang diberikan pada media sosial dapat tersampaikan dengan baik kepada publik.

Konten mengarah kepada macam konten statis yang membentuk halaman web, ada juga yang mengarah kepada konten multimedia dinamis yang melakukan sebuah interaksi. Konten yang menarik merupakan konten yang luar biasa dan memiliki strategi konten yang telah tersusun dan terencana dengan baik (Chaffey, 2018, p. 398).

Dalam perusahaan maupun instansi, terdapat bagian yang bekerja dalam menyusun dan membuat isi bahan konten untuk media sosial yang disebut sebagai *content writer*. *Content writer* merupakan penulis yang dapat menghasilkan konten menarik untuk digunakan secara *online*, konten yang dibuat dapat berupa artikel, *blog posting*, dan berbagai jenis web yang lainnya (Gupta, 2020).

Dalam pembuatan bahan konten memiliki fokus dalam meningkatkan engagement media sosial dengan memberikan informasi mengenai tren terkini dan memberikan informasi mengenai aktivitas yang ada pada lingkungan di Kabupaten Tangerang.

Diskominfo (Dinas Komunikasi dan Informatika) ialah lembaga yang berwenang pada manajemen informasi di lingkungan Pemerintah Tangerang. Satu diantara tujuan target Diskominfo ialah menjadi lokasi dan penelitian. Dalam melaksanakan tugasnya, Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) memiliki Departemen Hubungan Masyarakat atau *Public Relations* yang memiliki peran dalam pendistribusian informasi yang terbaru, baik dari dalam maupun luar lembaga, sebagaimana situasi lembaga, kebijakan terbaru, dan informasi lainnya yang dibutuhkan pihak luar seperti dalam bentuk pemberitaan. Selain itu, Departemen Humas pada Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) juga membangun komunikasi yang baik bersama media lewat kegiatan *Media Relations* yang berguna bagi instansi agar media bisa membantu Organisasi Perangkat Daerah (OPD) atau perusahaan untuk memuat publikasi terkait kebijakan, program atau kegiatan yang dijalankan oleh Diskominfo.

Diskominfo mengelola reputasi positif supaya informasi yang diberikan bisa diterima sebaik mungkin oleh khalayak umum, pada hal ini praktisi *Public Relations* atau Humas memiliki peran yang besar untuk lembaga khususnya

Diskominfo dalam membangun saling pengertian dan kepercayaan sehingga terciptanya reputasi yang positif di masyarakat. Satu diantara usaha yang bisa dijalankan ialah melalui praktik *Media Relations*. Melalui media, pengaruh yang didapatkan sangatlah besar karena media mempunyai pengaruh terhadap persepsi publik mengenai instansi. Praktik *Media Relations* ini juga dilakukan oleh Diskominfo untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat.

Untuk mendukung upaya tersebut, Diskominfo perlu mengelola reputasi positif supaya informasi yang diberikan bisa diterima sebaik mungkin oleh khalayak umum, pada hal ini, praktisi *Public Relation* atau Humas memiliki peran yang besar untuk lembaga khususnya Diskominfo dalam membangun saling pengertian dan kepercayaan sehingga terciptanya reputasi yang positif di publik. Satu diantara usaha yang bisa dijalankan ialah melalui praktik *Media Relations*. Melalui media, pengaruh yang didapatkan sangatlah besar karena media mempunyai pengaruh terhadap persepsi publik mengenai instansi.

Mahasiswa menjalankan magang sebagai di Divisi Hubungan Masyarakat Dinas Komunikasi Kabupaten Tangerang (Diskominfo). Sejatinya, posisi ini bekerja sebagai *Public Relations* dan menjalankan berbagai macam aktivitas sebagai Humas atau *Public Relations*. *Job description* sebagai seorang *Public Relations* sudah sempat dipelajari pada masa perkuliahan, seperti dalam mata kuliah *Introduction to Public Relations* dan *Media Relations & Media Ethic*. Mata kuliah tersebut sangat membantu peserta magang dalam praktik kerja magang ini, sebab sudah dibekali banyak ilmu semasa perkuliahan.

Fokus yang dilakukan peserta magang pada Diskominfo adalah terkait kegiatan *Public Relations*. Ada berbagai jenis aktivitas di dalam *Public Relations* seperti, menyelenggarakan acara atau *event* peliputan acara, dokumentasi, media monitoring, *press conference*, *press release*, *editing* video dan media sosial. Namun, tidak semua *jobdesc* tersebut dikerjakan oleh peserta magang. Peserta magang hanya fokus dalam mengelola pemberitaan yang dibuat untuk *website* resmi Diskominfo ([tangerangkab.go.id](http://tangerangkab.go.id)).

## **1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang**

Tujuan penulis melakukan praktik kerja magang untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah *Internship* yang wajib dilakukan mahasiswa program studi *Marketing Communication* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Hal ini dilakukan agar bisa dapat mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan ke dalam dunia kerja. Selain untuk memenuhi persyaratan mata kuliah *Internship*, berikut adalah tujuan penulis

melakukan praktik kerja magang sebagai bagian Pengelolaan Informasi Publik Diskominfo Kabupaten Tangerang:

1. Berkontribusi terhadap aktivitas kerja magang pada bagian Pengelolaan Informasi Publik di Diskominfo Kabupaten Tangerang.
2. Mengimplementasikan ilmu *Public Relations & Media Relations* yang didapatkan selama perkuliahan ke dalam dunia kerja dan melakukan tugas serta tanggung jawab yang telah diberikan pembimbing lapangan.
3. Memperluas wawasan dan menambah relasi pengetahuan penulisan mengenai pekerjaan pada bagian Pengelolaan Informasi Publik.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada 8 Mei sampai 8 Oktober 2023 dengan durasi 980 jam kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 1 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi. Pada perjanjian dengan perusahaan, kerja magang dilakukan terhitung pada 08 Mei 2023 hingga 08 Oktober 2023.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

##### **A. Proses Administrasi Kampus (UMN)**

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting.
- 2) Mengisi KRS internship di [myumn.ac.id](http://myumn.ac.id) dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di [www.gapura.umn.ac.id](http://www.gapura.umn.ac.id).

- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.

Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

#### B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengisi form KM-01 yang berisikan data diri serta informasi mengenai tempat magang yang ingin dirujuk (Diskominfo Kabupaten Tangerang) pada Google Form di tanggal 16 April 2023. Kemudian 19 April 2023, KM-02 terbit dan langsung menyerahkan Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) kepada pihak Kepegawaian Diskominfo.
- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang di Diskominfo Kabupaten Tangerang dengan menerima pesan lolos seleksi melalui akun whatsapp resmi lembaga pada tanggal 27 April 2023 mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 01 Mei 2023 yang ditanda tangani oleh Kepala Dinas Diskominfo Kabupaten Tangerang, Nono Sudarno, ST, M.Si.

#### C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai Humas (Hubungan Masyarakat).
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Supervisor Eva Rian Novita, S.E selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan

pada akhir periode magang.

#### D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M. selaku Dosen Pembimbing.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.



