

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) adalah salah satu lembaga pemerintahan yang membidangi dan bertugas dalam urusan kepariwisataan Indonesia. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif ini berada didalam pengawasan dan tanggung jawab kepada Presiden Republik Indonesia. Dalam kegiatan Kemenparekraf sendiri memiliki tanggung jawab berkaitan dengan memajukan kegiatan pariwisata yang dijalankan dan diatur oleh protokol. Dalam menjalankan beberapa kegiatan yang mencakup pariwisata yang ada di seluruh Indonesia, Kemenparekraf memiliki kebutuhan khususnya dalam bentuk dukungan baik dari sisi pemerintahan maupun dari sisi wisatawan lokal maupun mancanegara.

Media relations sendiri adalah kegiatan atau usaha untuk mendapatkan publikasi atau penyiaran atas suatu pesan atau informasi dalam rangka menciptakan pemahaman dan pengetahuan bagi khalayak. Menurut Dennis L. Wilcox, dkk (2015) seorang *media relations* harus menafsirkan perusahaan dan klien mereka kepada media. *Media relations* memiliki tujuan yaitu kembali lagi untuk menciptakan citra dan reputasi yang positif bagi suatu lembaga selain itu, *Media relations* memiliki peran penting. Pertama, *the media as a monitoring tool*. Dalam hal ini media memiliki peran untuk mendapatkan informasi berkaitan dengan pemberitaan yang sedang ramai diperbincangkan dan memantau berkaitan dengan perusahaan secara keseluruhan. Kedua, *issue management*. Dalam hal ini seorang praktisi *media relations* membuat perencanaan serta melibatkan media untuk memproses isu yang terjadi di perusahaan.

Publik membutuhkan sosok dari pihak ketiga yang mampu menginformasikan kepada publik. Dalam buku media komunikasi politik Gun Gun (2018), modal opini publik ini tidak bisa dianggap remeh, karena berbagai *news framing* yang dikemas dan distribusikan dan berpengaruh menaikkan dan menurunkan citra seseorang atau sekelompok orang. Untuk itu, menjadi seorang praktisi *media relations* dituntut untuk memmanage komunikasi dan relasi kepada media. Karena media sendiri merupakan *gate keeper* khususnya untuk kenaikan pemberitaan mana saja yang akan dikeluarkan ranah publik. Seorang *media relations* harus bisa bertanggung jawab atas *image* dan reputasi perusahaan. Kegiatan publisitas menjadi tujuan dan cara supaya masyarakat melihat dan memiliki kesan dan persepsi yang positif.

Sebagai seorang *media relations* harus ada konsep komunikasi persuasif biasanya dalam bentuk publisitas. Menurut Fraser P. Seitel (2017), Seperti halnya spesialisasi lainnya, dalam pekerjaan *media relations*, kunci hubungan media yang produktif adalah profesionalisme. Karena manajemen bergantung terutama pada profesional hubungan masyarakat untuk keahlian dalam menangani media secara efektif. Para praktisi tidak hanya harus mengetahui organisasi dan manajemen mereka sendiri tetapi juga memahami dan menghormati peran dan praktik jurnalis. Dalam hal ini menjelaskan bagaimana peran seorang praktisi *media relations* yang efektif terlihat dari bagaimana seorang dapat menciptakan dan mengarahkan jalur komunikasi yang baik serta yang paling penting dan dapat menjalin relasi atau kerjasama di berbagai pihak agar saling memahami dan mendapatkan reputasi yang baik. Dengan memiliki reputasi yang baik, otomatis akan mendapatkan dukungan oleh beberapa pihak yang telah terjalin relasi dan dapat ikut serta membantu mengklasifikasikan perihal pemberitaan yang tidak sesuai.

Untuk itu, penulis mengambil kegiatan magang di Departemen Biro Komunikasi dan mengambil peran dalam perusahaan sebagai

seorang media relations. Problematika yang seringkali terjadi khususnya berkaitan dengan proses penyebaran berita, beberapa media membuat berita yang tidak sesuai dengan informasi dan kegiatan yang dijalani oleh kelembagaan, khususnya di Kemenparekraf. Untuk itu sebagai seorang media relations, penulis menerapkan good will, trust, dan openness sehingga informasi yang disampaikan oleh beberapa media yang akan mengangkat pemberitaan berkaitan dengan kegiatan yang dijalani menteri tidak memiliki alur serta miss- informasi yang menyebabkan kesalahan pemberian informasi pemberitaan. Dikutip dari buku Media Komunikasi Politik dan Politik Komunikasi; membeda visi dan gaya komunikasi praktisi politik yang ditulis oleh Gun Gun, dkk (2018), Modal publisitas yang memadai itu berasal dari media massa dan media jejaring sosial.

Penulis juga mendapatkan beberapa *insight* serta pengarahan dari PIC, dan staf biro komunikasi berkaitan dengan bagaimana strategi dan pendekatan yang dilakukan seorang *media relations* untuk menjalin relasi kedekatan secara personal dengan beberapa insan media yang terdiri atas wartawan melalui perangkat pendukung pemberian informasi, yakni melalui telepon ataupun whatsapp. Kegiatan relasi yang telah terbentuk yang disampaikan penulis akan menambah hubungan dengan media secara berkelanjutan sehingga memberikan keterbukaan beserta kemudahan akan informasi dalam setiap peliputan kegiatan yang akan disampaikan kepada khalayak luas.

Pelaksanaan kegiatan magang ini jika dilihat dari aspek mahasiswa, bisa terbilang sangat penting, baik dalam rangka proses pematangan diri sebelum memasuki dunia kerja secara luas yang sebenarnya mahupun sebagai peningkatan kemampuan dengan terjun secara langsung dan mengalami sendiri berbagai tantangan di lapangan. Kegiatan magang ini diharapkan akan mendapatkan pengalaman disiplin ilmu praktek kerja nyata disertai juga dengan kerja sama tim dalam hal

mempertanggungjawabkan suatu tugas atau pekerjaan yang telah diberikan.

Selain itu, pelaksanaan kegiatan magang menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi mahasiswa sebagai sarana dalam hal mempersiapkan diri sebelum memasuki dunia kerja yang sebenarnya dan bagi lembaga-lembaga Pendidikan dapat menjadi bahan sebagai suatu masukan sebagai wadah untuk mempersiapkan tenaga sumber daya manusia yang dibutuhkan dan juga berkualitas. Pariwisata adalah kegiatan yang memiliki dampak yang cukup bagus khususnya dengan adanya kegiatan pariwisata, berbagai usaha dapat tercipta melalui kegiatan ini dan tentunya memiliki tujuan yakni untuk menaikkan daya Tarik wisata yang didukung oleh beberapa faktor pendukung lainnya seperti: akomodasi, atraksi budaya, dan cenderamata.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Selain menjadi salah satu persyaratan kelulusan bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, hal-hal berikut yang menjadi tujuan utama penulis yang ingin dicapai selama magang di kementerian pariwisata ekonomi dan kreatif:

1. Untuk melihat kerja dalam divisi biro komunikasi khususnya dibagian *media relations*.
2. Mengimplementasikan konsep-konsep akademis.
3. Mengembangkan *hard skill* dan *soft skill*.
4. Membangun relasi atau *network* dalam dunia kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

kegiatan kerja magang kuliah di lakukan sesuai syarat dan ketentuan dari MBKM *track 1 internship* yang terhitung selama 800 jam. Penulis melaksanakan praktik kerja magang secara *work from office (WFO)* pada hari kerja dan penulis diizinkan untuk work from

home jika memang ada keperluan dari kampus dan melakukan perizinan sehari sebelumnya kepada PIC relasi media.

Jika melihat dari prosedur pelaksanaan kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara ini memiliki beberapa tahapan yang harus dijalani oleh mahasiswa untuk memenuhi beberapa persyaratan pelaksanaan kegiatan magang. Dalam tahapan pertama, penulis menginput keterangan magang (KM) 1 untuk mendapatkan persetujuan dari pihak universitas berkaitan dengan pengajuan perusahaan yang akan dijalani oleh mahasiswa dan universitas akan menelaah perusahaan apakah perusahaan tersebut perusahaan yang sudah terdaftar dan termasuk dalam perusahaan yang sudah dikenal khalayak dan berpengaruh. Universitas tidak akan menerima dan akan melakukan proses rejection apabila perusahaan tidak terdaftar dan termasuk dalam perusahaan *start-up*.

Proses keterangan magang (KM) 1 telah berhasil di terima dan disetujui, penulis mendapatkan keterangan magang (KM) 2 dan sudah berdasarkan dari keterangan kampus bahwa mahasiswa sudah memenuhi syarat yang ditentukan dan layak untuk melaksanakan kegiatan kerja magang. lalu di tahap selanjutnya penulis mengumpulkan data-data riwayat penulis di dalam *Curriculum Vitae* (CV) dan mengajukan beberapa lampiran yang dibutuhkan dalam pengajuan kerja magang. Dalam selang beberapa hari penulis mendapatkan kabar dari salah satu staf bahwa penulis diterima dan mulai melaksanakan kegiatan kerja magang yang terhitung mulai dari tanggal 3 Maret 2023

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Sesuai dengan regulasi yang dimiliki oleh Universitas Multimedia Nusantara, waktu yang dibutuhkan setiap mahasiswa dalam rangka menyelesaikan program kerja magang selama 800

jam. Regulasi yang dimiliki oleh Kementerian Pariwisata Ekonomi dan Kreatif, kegiatan kerja magang di hari Senin hingga Jumat, pukul 07.30 hingga 15.30 WIB, tetapi untuk mengejar waktu yang harus ditempuh di Universitas Multimedia Nusantara saya mengajukan permohonan kepada PIC saya, yakni Ibu Anggy untuk meminta penambahan hari beserta jam kerja untuk memenuhi waktu yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara yakni 800 jam/3 bulan bekerja.

Waktu pelaksanaan kerja magang dimulai pada tanggal 3 Maret 2023 dan dalam pelaksanaan kerja sesuai dengan jam kerja yang telah di informasikan dan disetujui oleh pihak PIC yakni Ibu Anggy Anindita Sukmaningtias dan juga pihak Universitas Multimedia Nusantara. Namun, penulis sendiri memberikan informasi kepada PIC relasi media berkaitan dengan permintaan penambahan waktu jam kerja dalam rangka memenuhi waktu yang telah ditentukan. Permintaan ini diajukan karena terdapat kendala yang dialami penulis pada jangka waktu yang diberikan sebelumnya dan tidak mendapatkan kabar keberlanjutan dari perusahaan yang bersangkutan.

Kegiatan kerja magang dilakukan selama 115 hari, dimulai dari tanggal 3 Maret 2023 hingga 26 Juni 2023. Kegiatan kerja magang dilakukan secara *offline*, dengan jam kerja yang dimulai pada pukul 07.00 hingga 21.00 WIB (Diluar jadwal kegiatan perjalanan dinas yang biasanya selesai diatas pukul 21.00 WIB). Untuk jadwal dari hari senin hingga jumat, untuk hari sabtu dan minggu juga terhitung bila ada kegiatan kunjungan kerja ke daerah tertentu yang dilakukan oleh penulis bersama dengan staf biro komunikasi.

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 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.
- 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.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengirimkan CV melalui email kemenparekraf.go.id.
- 2) Dihubungi oleh pihak Biro Sumber Daya Manusia dan Organisasi melalui salah satu aplikasi pesan.
- 3) Mendapatkan konfirmasi kabar penerimaan melalui staf Sumber Daya Manusia dan Organisasi (SDMO) melalui aplikasi whatsapp dan email.
- 4) Menerima Surat Penerimaan Internship di Kementerian Pariwisata Ekonomi dan Kreatif pada tanggal 3 Maret 2023.
- 5) Mendapatkan pengarahan dari salah satu staf Sumber Daya Manusia dan Organisasi (SDMO) berkaitan dengan aturan magang dan beberapa kelengkapan berkas magang.

- 6) Memperoleh pesan dan pengarahan awal dari tata usaha biro komunikasi atas penerimaan internship di Kemenparekraf dengan posisi media relations Internship pada 3 Maret 2023.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai Media Relation Intern/Relasi Media.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Ibu Anggy Anindita Sukmaningtias selaku Pembimbing Lapangan serta para staf yang ditugaskan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-04 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 Charlie Tjokrodinata selaku dosen pembimbing melalui pertemuan melalui media *Zoom Meeting* dan *Whatsapp Group*.
- 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.

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A