

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mahkamah Agung Republik Indonesia memegang posisi sebagai lembaga peradilan tertinggi tanah air. Segala putusan yang dilakukan akan memiliki pengaruh krusial bagi seluruh kerangka hukum Indonesia. Dengan posisi yang diemban tersebut, institusi ini bukan hanya berkewajiban menegakkan keadilan, tetapi juga menjaga kepercayaan khalayak. Karena itu, Mahkamah Agung RI memiliki komitmen untuk selalu menjadi terbuka serta menjaga kredibilitas demi kehormatan hukum di mata khalayak. Komitmen ini diwujudkan, salah satunya melalui penyampaian informasi yang cepat dan tepat mengenai segala kegiatan dan kebijakan peradilan. Selain dengan masyarakat secara keseluruhan, Mahkamah Agung juga perlu komunikasi yang efektif dengan pihak eksternal, seperti Pengadilan Tinggi Negara yang tersebar di seluruh Indonesia. Hubungan ini membantu Mahkamah Agung dalam memastikan seluruh badan peradilan berjalan sesuai fungsi dan aturan.

Untuk itu, peran kehumasan menjadi komponen yang krusial di Mahkamah Agung. Menurut Sezgül (2019), kehumasan memegang andil yang besar di sektor publik, sebagai fungsi administratif yang membantu pembangunan dan mempertahankan hubungan komunikasi, pemahaman yang mutual, dan kerja sama antara organisasi dan audiens yang disasar. Di Mahkamah Agung, bidang ini memiliki tanggung jawab dalam membangun dan mempertahankan jalinan komunikasi yang efektif dengan *stakeholders*, baik itu masyarakat umum, awak media, maupun pihak internal. Di samping itu, fungsi administratif kehumasan juga membantu Mahkamah Agung RI dalam mengelola krisis komunikasi dan memberikan *stakeholders* akses untuk mendapatkan segala informasi yang mereka butuhkan. Saat menghadapi isu, humas bertugas memberikan pernyataan resmi Mahkamah Agung untuk mengatasi spekulasi dan menjaga kredibilitasnya di mata khalayak.

Namun, penyampaian informasi ke seluruh lapisan masyarakat tidaklah mudah. Indonesia merupakan negara yang begitu luas dan Mahkamah Agung perlu memastikan setiap orang dapat mengakses informasi dengan segera dan akurat, sehingga institusi ini membutuhkan kanal yang efektif dan efisien. Di sini, peran media digital menjadi signifikan. Dengan media digital, institusi ini dapat menjangkau masyarakat yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih sedikit. Per Januari 2023, pengguna internet di Indonesia tercatat mencapai 212,9 juta orang (Kurniawan, et al., 2023). Pada tahun tersebut, menurut Badan Pusat Statistik (2024), penduduk di Indonesia tercatat berjumlah sekitar 278,7 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari 75% penduduk negeri ini merupakan masyarakat digital. Bahkan pada tahun berikutnya, tercatat bahwa persentase ini mengalami peningkatan menjadi 79,5% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024). Jadi, tanpa harus menyebarkan informasi secara konvensional ke setiap daerah – yang memakan banyak waktu dan biaya – Mahkamah Agung dapat menyebarkan informasi yang bisa diakses masyarakat dari segala wilayah hanya melalui platform digital.

Tak kalah penting, penyampaian informasi melalui media digital juga mampu meningkatkan interaksi dengan audiens (masyarakat) dengan menjadi wadah untuk komunikasi dua arah. Pada komunikasi konvensional antara pemerintah dan masyarakat yang tadinya bersifat *top-down* (komunikasi searah, secara hierarki dari atas ke bawah). Hari ini, dengan adanya media sosial, pemerintah bisa mendapatkan tanggapan dan masukan, menanggapi keresahan, dan menyampaikan informasi dengan sergap kepada masyarakat (Sarjito, 2023). Sehingga, teknologi ini tidak hanya memberikan masyarakat akses terhadap informasinya, tetapi juga kemudahan untuk menyampaikan respons ataupun kebutuhan mereka terkait peradilan. Kemudahan ini membantu Mahkamah Agung dalam membangun kredibilitas dan kedekatan dengan publik. Biro Humas pun bisa merespon dengan cepat dan akurat, menjadikan komunikasi lebih efektif dan transparan.

Dalam menjalankan perannya menjaga kredibilitas hukum di Indonesia, Mahkamah Agung telah memanfaatkan berbagai platform digital, yakni situs

resminya dan media sosial seperti Instagram, X, YouTube, TikTok, dan Facebook. Pada platform ini, Mahkamah Agung melakukan berbagai publikasi, antara lain terkait kegiatan dan isu yang tengah terjadi. Sebagai contoh, akun Instagram resmi Mahkamah Agung RI (@humasmahkamahagung) tak jarang menampilkan pelaksanaan kegiatan penting. Institusi ini juga kerap melakukan siaran langsung di YouTube dan Instagram untuk menyiarkan acara tertentu secara langsung kepada masyarakat.



Gambar 1. 1 Contoh unggahan kegiatan Mahkamah Agung RI pada Instagram
Sumber: Instagram @humasmahkamahagung, 2024

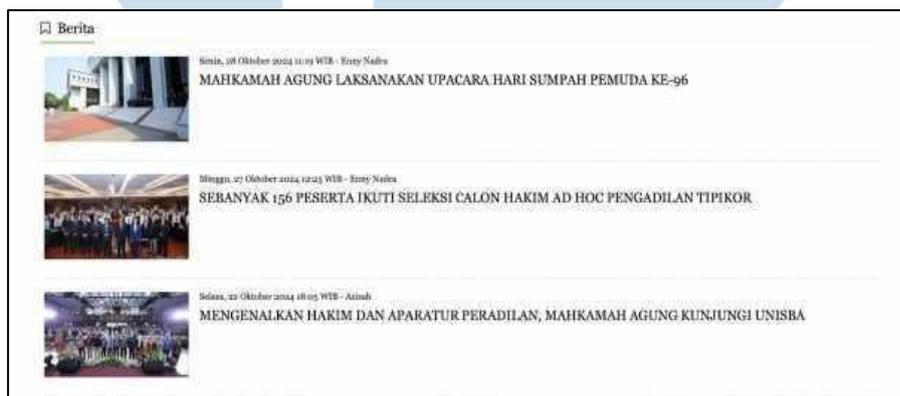


Gambar 1. 2 Contoh unggahan kegiatan Mahkamah Agung RI pada Instagram
Sumber: Instagram @humasmahkamahagung, 2024



Gambar 1. 3 Halaman *Live* pada akun YouTube Mahkamah Agung RI
 Sumber: YouTube Mahkamah Agung Republik Indonesia, 2024

Di samping itu, Mahkamah Agung juga memublikasikan berita kegiatan yang dapat diakses khalayak melalui situs resminya, *Mahkamahagung.go.id*. Berikut merupakan tampilan halaman Berita pada situs tersebut. Berbagai kegiatan digital ini mendukung Mahkamah Agung RI dalam memperkuat kesan inklusivitas dan transparansinya.



Gambar 1. 4 Halaman Berita pada situs resmi Mahkamah Agung RI
 Sumber: *Mahkamahagung.go.id*, 2024

Selain melalui *owned media*, kegiatan dan perkembangan Mahkamah Agung juga tak jarang dipublikasikan oleh perusahaan media berita nasional. Perusahaan ini, antara lain Kompas, Antara, detikNews, dan CNN. Untuk melakukan liputan, para jurnalis kerap datang ke Mahkamah Agung. Sebagai objek yang diliput, Mahkamah Agung perlu membangun relasi dan menjalin komunikasi yang baik dengan awak media. Menurut Cheng (2023), manajemen relasi dengan media ini membantu dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas pada jurnalis terhadap institusi. Relasi yang kuat ini akan memastikan liputan yang akurat dan positif.



Gambar 1. 5 Berita Kegiatan Mahkamah Agung RI yang diliput oleh Kompas.com

Sumber: Ni'am & Prabowo (2024)



Gambar 1. 6 Berita Kegiatan Mahkamah Agung RI yang diliput oleh CNN.com

Sumber: ryn & gil (2024)

Karena ketertarikannya dalam menelaah proses komunikasi dan arus informasi pada sektor pemerintahan, penulis menjalankan praktik kerja magang pada divisi Hubungan Antar Lembaga Biro Hukum dan Humas di Mahkamah Agung RI. Divisi ini bertanggung jawab untuk menyebarkan segala informasi yang berkenaan dengan aktivitas Mahkamah Agung RI, seperti pelantikan, purnabakti, dan kunjungan mahasiswa atau hakim internasional.

Melalui posisi ini, penulis berkesempatan untuk mengambil andil dalam komunikasi internal maupun eksternal. Lebih lanjut, kesempatan ini memberikannya akses untuk berinteraksi langsung dengan berbagai pemangku kepentingan eksternal, antara lain Ketua Pengadilan di berbagai daerah di Indonesia, ahli hukum dan, mitra yang mengadakan kegiatan bersama Mahkamah

Agung RI. Dalam pengelolaan arus informasi yang dilakukan, penulis memanfaatkan berbagai platform digital, yakni Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dan X.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang sebagai Public Relations di Mahkamah Agung Republik Indonesia dilaksanakan dengan maksud untuk mencari kesempatan menghubungkan pengetahuan akademis yang penulis dapatkan sebagai mahasiswa Komunikasi Strategis dengan aplikasinya pada konteks nyata. Institusi ini merupakan lingkungan profesional yang terstruktur di mana penulis dapat mengasah keterampilannya dalam mengelola komunikasi dan hubungan masyarakat. Lebih lanjut, praktik magang ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Memperdalam wawasan mengenai hubungan masyarakat di lembaga pemerintahan, antara lain dalam mengelola informasi untuk disampaikan ke khalayak mengenai apa yang terjadi seputar Mahkamah Agung RI dan menjaga transparansi.
2. Mengasah keterampilan dalam menyiapkan materi publikasi serta menyusun berita.
3. Mengimplementasikan wawasan dan keterampilan yang telah didapatkan dalam mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy* dan *Internal Communication & Corporate Culture*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan kerja magang dilaksanakan sesuai kebijakan yang ditentukan oleh Biro Hukum dan Humas Mahkamah Agung RI, yakni:

Tabel 1. 1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

Sumber: Data Olahan Penulis (2024)

Hari Kerja Magang	Jam Kerja Magang	Keterangan
Senin - Kamis	08.00-16.30 WIB	WFO
Jumat	08.00-17.00 WIB	

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN secara luring di Function Hall UMN.
- 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), 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) Melakukan pendaftaran sebagai pelaku praktik magang dan menyerahkan KM-02 (Surat Pengantar Magang) ke Tata Usaha Mahkamah Agung Republik Indonesia.
- 2) Mendapatkan pemberitahuan penerimaan sebagai pelaku praktik magang.
- 3) Mendapatkan surat penerimaan praktik magang yang dikeluarkan oleh Kepala Biro Hukum dan Humas, Bapak Dr. H. Sobandi, S.H., M.H., pada 2 Agustus 2024.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Melaksanakan praktik kerja magang sebagai *Public Relations* (Humas) di bawah Biro Hukum dan Humas secara luring di Mahkamah Agung RI.
- 2) Mendapatkan informasi dan tugas yang akan dijalankan, dengan pendampingan dari Pembimbing Lapangan, Bapak Pepy Nofriandi,

S.I.Kom., selaku Kepala Sub Bagian Hubungan Organisasi Kemasyarakatan dan Organisasi Profesi.

- 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

- A. Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Fakhriy Dinansyah selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan daring pada Zoom dan Google Meet.
- B. Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- C. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

