

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Public Relations merupakan sistem manajemen untuk membangun citra positif pada suatu perusahaan atau organisasi. *Public Relations* fokus pada strategi komunikasi untuk membangun citra positif dan membangun hubungan baik dengan publik, media, investor, mitra dan pemangku kepentingan (Cutlip, Center & Brown). Humas merupakan suatu istilah *Public Relations* namun dalam bahasa Indonesia. Secara arti dan fungsi keduanya memiliki peran yang sama. Yang membedakan penggunaan kata istilah “Humas” lebih umum digunakan oleh Organisasi dalam negeri seperti pemerintahan, lembaga negara dan lainnya.

Masyarakat di Indonesia memiliki banyak cara dalam menerima dan memilah informasi. Sebagai tambahan masyarakat Indonesia juga memiliki beragam dalam memberikan pendapat dan kritikan. Sebuah studi tentang penelitian (Grunig and Hunt., 1984) dalam model Excellent Theory of Public Relations menunjukkan bahwa strategi komunikasi efektif melalui media tradisional dan digital dapat meningkatkan citra positif perusahaan atau organisasi. Dalam dunia digital sekarang masyarakat lebih gampang menerima informasi melalui orang terdekat seperti keluarga, teman atau tetangga yang dilakukan sejak lama dengan cara *Word of Mouth*.

Sebelum zaman berubah menjadi dunia digital, semua informasi tidak menyebar dengan cepat memerlukan bekerja sama dengan media konvensional (tv, radio, jurnalis dan media massa). Informasi yang disebarkan terkadang tidak selalu baru karena membutuhkan waktu tertentu tergantung media dan informasi yang disampaikan belum tentu sampai kepada seluruh masyarakat. Selain media massa akan ada tim

Public Relations yang menggunakan *Press Release* dan Konferensi Pers.

Setelah hadirnya internet semua berubah menjadi digital, internet menjadi hal positif karena mempermudah akses informasi, jangkauan target *audience* juga semakin luas dan mudah dicapai. Namun internet semakin lama menjadi pro dan kontra sebab disalahgunakan oleh sebagian besar masyarakat terutama dalam menerima informasi dan memberikan kritik. Hoax menjadi masalah utama masyarakat dan kritikan dalam bentuk hujatan merupakan sumber krisis dari suatu masalah dari internet. Internet memfasilitasi pengguna internet dalam memberikan akses informasi namun adanya pembuat berita hoax membuat masyarakat perlu memilah informasi secara baik dan benar.

Public Relations lebih mendalami fungsi untuk memahami dan menganalisa dari suatu isu-isu yang sedang berkembang mengenai perusahaan atau organisasi. *PR* juga harus dapat memberikan nasihat kepada perusahaan atau organisasi dalam menyikapi suatu isu. Sikap dan Perilaku yang diarahkan oleh *PR* bertujuan untuk mendapatkan Citra Baik, Kepercayaan Penuh, Saling menghormati, Saling Menghargai dan Toleransi (Cutlip & Centers, 2007).

Public Relations pada Pemerintah Kota Tangerang juga memiliki fungsi untuk menciptakan komunikasi secara terarah diantara masyarakat dan pemerintahan. Protokol dan Komunikasi Pimpinan menggunakan alat media sosial *Instagram* untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Menyebarluaskan informasi mengenai program-program pemerintah dan informasi seputar Kota Tangerang. Protokol dan Komunikasi Pimpinan memiliki tujuan untuk menjadi tempat utama masyarakat yang terpercaya. Humas didalam pemerintahan Kota Tangerang sudah diubah menjadi Kominfo.

Namun adanya internet memudahkan *Public Relations* untuk menyebarkan informasi penting kepada target audience. Berita yang muncul tanpa ada batasan geografis seluruh dunia dan Indonesia mudah didapatkan melalui internet. Selain internet memberikan akses pengguna dalam memperoleh informasi. Pengguna internet memberikan kritik atau masukan sehingga dapat menimbulkan *feedback*. Hal ini memungkinkan untuk menimbulkan isu krisis atau sebaliknya pengguna dapat memberikan masukan positif bagi suatu organisasi dalam bentuk saran atau kepuasan dalam pelayanan yang diberikan. Internet membuat segalanya menjadi mudah dalam menghemat waktu, tenaga dan lebih efisien karena fungsi *Public Relations* kini tidak terbatas pada penyelesaian isu melalui konferensi pers atau *press release* yang memerlukan waktu dan biaya, tetapi kini lebih efisien dengan membuat konten klarifikasi yang cepat dalam menjawab isu secara luas dan cepat.

Masalah yang dihadapi oleh *Public Relations* sebelum dan sesudah era digital yaitu kurangnya kepercayaan publik karena informasi yang lambat dan kurang transparan sehingga citra negatif pemerintah memperburuk hubungan antara masyarakat dan pemerintah. Komunikasi yang efektif sering kali menjadi tantangan, terutama ketika informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan kebutuhan dari audiens. Penyebab utama dari kurang efektif komunikasi karena kurangnya pemahaman terhadap karakteristik audiens, penggunaan media komunikasi yang tidak tepat dan gaya penyampaian yang tidak sesuai dengan konteks.

Internet telah memiliki fitur informasi yang beragam tentang isu yang sedang viral. Internet juga dapat memudahkan pengguna dalam pemilihan berita sesuai kebutuhan masing-masing. Sehingga isu krisis menjadi peran penting bagi humas untuk memberikan layanan informasi yang benar dan baik. Hal seperti ini memungkinkan pengguna untuk tidak terjerumus kedalam berita-berita hoax. Selain juga internet dapat menjadi sumber terpercaya seperti pengguna dapat melihat dari centang biru yang berarti ter-verifikasi sebagai media perusahaan atau organisasi dan menjadi sumber yang terpercaya.

karena media juga pasti memiliki *follower* yang selalu memberikan ulasan. Ini memungkinkan pengguna untuk dapat menggunakan waktu lebih efisien dengan menghemat waktu dan tenaga tanpa perlu memastikan berita hoax.

Konten *Public Relations* Pusat Pemerintah Kota Tangerang ini membantu memberikan informasi yang akurat mengenai situasi yang ada di Kota Tangerang. Dalam dunia *Public Relations* perlu untuk mencari informasi yang sesuai dengan data yang valid sebelum informasi disebarkan (Lutriani, 2011). *Public Relations* Pusat Pemerintah Kota Tangerang hadir memberikan solusi baru untuk warga Kota Tangerang dalam memberikan informasi terkini. Informasi yang disebarkan mengenai informasi terkini terkait situasi atau tren yang ada di Kota Tangerang, program kerja yang sedang dijalankan pemerintah, acara pemerintah atau umum. Sehingga memudahkan masyarakat Kota Tangerang dan sekitar untuk mendapatkan informasi yang valid dari organisasi resmi. *PR* Pusat Pemerintah Kota Tangerang juga memberikan informasi yang informatif dalam bentuk visual yang menarik seperti poster, rundown acara dan video yang memberikan rangkaian kegiatan, tips, umkm dan tempat wisata yang ada di Kota Tangerang.

Adanya media sosial Kota Tangerang berkontribusi dalam perekonomian kota tangerang. Dengan memperkenalkan UMKM yang ada di Kota Tangerang dan acara-acara lokal hingga pemerintah dapat membantu visibilitas usaha-usaha yang ada di Kota Tangerang yang tidak memiliki anggaran untuk pemasaran. Dampak sosial yang diberikan cukup signifikan karena membantu masyarakat untuk mendapatkan informasi seputar kota tangerang hingga kuliner dan tempat wisata. *Public Relations* Kota Tangerang membangun hubungan baik dengan media dan masyarakat yang diraih melalui kejujuran dan pelayanan yang diberikan oleh *Public Relations* Kota Tangerang yang membantu serta saling terbuka dan menghormati (Purike, Baiti & Azizah, 2022).

Berdirinya *Public Relations* Kota Tangerang di media sosial untuk membantu memenuhi kebutuhan masyarakat dalam informasi yang lengkap. Pemegang merasa *Public Relations* Kota Tangerang pilihan yang tepat sebagai tempat

mencari ilmu dan pengalaman karena *Public Relation* Kota Tangerang telah membantu masyarakat dengan menyediakan informasi yang berguna melalui berbagai media sosial. Informasi dapat diakses melalui situs resmi Kota Tangerang. Selain itu, Kota Tangerang memiliki aplikasi “TANGERANG LIVE” yang berfungsi sebagai layanan digital yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai layanan publik yang ada di Kota Tangerang. Secara tidak langsung *Public Relations* Kota Tangerang sudah banyak membuat masyarakat Kota Tangerang dalam memilih media terpercaya dalam menerima berbagai informasi seputar Kota Tangerang yang bingung jika mencari informasi kota tangerang dimana saat ini.

Pemegang merasa jika sebagai *Public Relations Intern* di Pemerintah Kota Tangerang ini bisa menjadi wadah untuk mendapatkan pembelajaran dan pengalaman untuk dapat berkarir lebih di dunia PR. Membuat konten mulai dari mencari isu, perancangan ide, lokasi dan agar dapat membangun dan menjaga reputasi organisasi di mata publik. Meningkatkan brand awareness Humas Kota Tangerang dengan melakukan kampanye humas dan kegiatan PR. Selain itu juga *Public Relation* Kota Tangerang atau Protokol dan Komunikasi Pimpinan sendiri telah memiliki prestasi yang dapat dilihat dari berikut



Gambar 1.1 Prestasi Prokopim

Sumber: Dokumen Prokopim

Pemegang dapat terinspirasi untuk belajar lebih banyak dalam humas yang memiliki akun instagram @humas_kota_tangerang dimana terdapat berbagai konten dari para senior dan juga anak magang.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Dalam melakukan praktik kerja magang, penulis bisa mendapatkan wawasan dan pengalaman mengenai aktivitas yang dilakukan oleh Bagian Protokol & Komunikasi Pimpinan dalam menyampaikan informasi secara digital. Proses magang ini berguna untuk :

- 1) Belajar meningkatkan hard skill seperti *public speaking* untuk berkomunikasi lebih baik dengan rekan dan masyarakat. Membuat konten hingga *script* yang menarik.
- 2) Mengasah *soft skill* seperti kerja sama, pemecahan masalah dan manajemen waktu.
- 3) Ingin memiliki pengalaman menjadi profesional dan koneksi profesional untuk memulai karir

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Untuk pelaksanaan praktik kerja magang diperlukan syarat atau ketentuan dari Universitas Multimedia Nusantara sebagai berikut :

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang yang penulis lakukan dimulai dari tanggal 3 febuari 2025 hingga 5 mei 2025, dengan 640 jam sesuai panduan MBKM Track 1 yang diarahkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi. Berikut merupakan jam kerja yang ditetapkan oleh Pusat Pemerintah Kota Tangerang bagian Protokol & Komunikasi Pimpinan :

Hari : Senin - Jumat

Jam : 08.00 - 16.00 WIB

Sistem Kerja : Offline

Jam kerja dapat bertambah jika terdapat pekerjaan tambahan, termasuk hari libur atau tanggal merah.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti semua prosedur dan arahan magang yang diselenggarakan oleh program studi ilmu komunikasi secara offline di kampus.
- 2) Melakukan pengisian KRS Internship di my.umn.ac.id dengan memiliki syarat telah memenuhi 90 sks serta tidak memiliki riwayat mengulang mata kuliah dan tidak memiliki riwayat nilai D & E.
- 3) Mengajukan KM-01 pada Google Form perihal tempat magang untuk mendapatkan persetujuan surat pengantar magang dengan bentuk KM-02 dari kepala program studi ilmu komunikasi jika KM-01 sudah sesuai dengan persyaratan kampus.
- 4) Mendapatkan surat persetujuan (KM-02) dari kepala program studi untuk melaksanakan aktivitas magang Track 1 di Pusat Pemerintahan Kota Tangerang Bagian Protokol & Komunikasi Pimpinan.
- 5) Mengirim surat persetujuan (KM-02) kepada Bagian Protokol & Komunikasi Pimpinan, serta mendapatkan surat penerimaan magang dari bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan dan memasukan surat tersebut ke website merdeka.umn.ac.id untuk melakukan *complete registration*.
- 6) Mengisi daily task selama kerja magang dan waktu bimbingan

B. Proses Administrasi Tempat Magang (Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan)

- 1) Memberikan surat KM-02 (Surat persetujuan magang dari UMN) dan CV kepada bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan secara *offline* pada tanggal 15 Januari 2025.
- 2) Penulis melakukan *interview* dengan Kepala Sub Koordinator Bagian Komunikasi Pimpinan pada hari yang sama.
- 3) Penulis mendapatkan informasi untuk mulai melaksanakan aktivitas magang pada tanggal 18 Januari 2025.

- 4) Penulis mulai melakukan aktivitas magang pada tanggal 18 Januari 2025 serta mendapatkan surat penerimaan magang dari Bagian Protokol & Komunikasi Pimpinan untuk diserahkan ke website merdeka.umn.ac.id

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Menjalankan praktik kerja magang sebagai Humas pada divisi *Public Relations* dalam mencari dan memberikan informasi yang dikelola menjadi konten melalui media sosial instagram dan juga melakukan pendataan *media monitoring* publik terhadap Pimpinan dan juga Kota Tangerang.
- 2) Kepala Sub Koordinator Ibu Eka Yulia, S.SOS, yang menjadi Supervisi dan penanggung jawab untuk memberikan bimbingan selama pemagang di Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan.
- 3) Formulir KM-03 hingga KM-07 Dilengkapi selama pelaksanaan magang, untuk KM-06 yaitu lembar penilaian kinerja selama magang akan diajukan kepada pembimbing lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Penyusunan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Ibu Riatun selaku dosen pembimbing melalui Google Meet dan WhatsApp.
- 2) Laporan praktik kerja magang akan dikirim kepada program studi dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
- 3) Penulis akan diarahkan untuk melakukan proses sidang setelah laporan praktik kerja magang sudah disetujui.