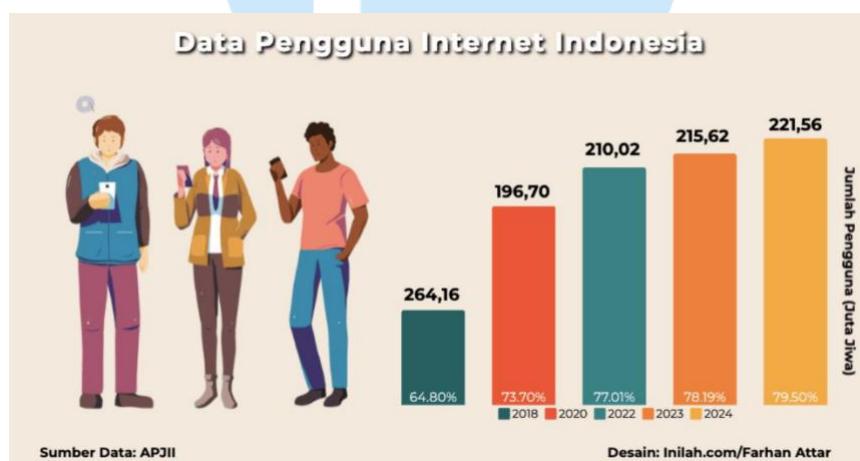


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi antara tokoh publik dan masyarakat. Berdasarkan laporan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 221,56 juta jiwa, atau sekitar 79,5% dari total populasi nasional. Angka ini mencerminkan bahwa sebagian besar masyarakat kini memiliki akses luas terhadap informasi, baik melalui media daring maupun kanal komunikasi lainnya.



Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : APJII, 2024

Tingginya tingkat penggunaan internet mendorong pergeseran dalam konsumsi media. Media cetak seperti surat kabar dan majalah kini mulai tergeser oleh versi digitalnya, seperti e-paper dan portal berita online. Meskipun demikian, peran media massa, baik dalam bentuk cetak maupun digital, tetap penting dalam membentuk persepsi publik,

khususnya dalam ranah komunikasi politik. Informasi yang disampaikan melalui media massa dinilai lebih kredibel dibandingkan konten di media sosial yang kerap belum terverifikasi.

Oleh karena itu, dalam konteks komunikasi politik, diperlukan strategi komunikasi publik yang tidak hanya berfokus pada media sosial, tetapi juga mengintegrasikan media massa dan komunikasi langsung dengan masyarakat. Di sinilah fungsi *Public Relations (PR)* memiliki peranan strategis dalam membangun kepercayaan publik terhadap aktor politik.

Menurut Tama et al. (2020), fungsi PR yang ideal adalah yang terlibat dalam pengambilan keputusan strategis organisasi, bukan hanya terbatas pada kegiatan teknis komunikasi. Marschlich & Ingenhoff (2021) pun menegaskan bahwa praktik *corporate diplomacy* melalui hubungan yang baik antara institusi dan pihak eksternal seperti media, mitra strategis, dan publik dapat meningkatkan legitimasi dan citra organisasi di mata masyarakat.

Penelitian dalam konteks nasional juga menguatkan peran penting Humas dalam membangun citra dan relasi publik. Studi oleh Rizki, Sari, & Soegiarto (2023) menunjukkan bahwa manajemen Humas yang efektif berperan dalam mengemas narasi komunikasi secara visual maupun tertulis. Sementara itu, Kharisma, Romli, & Nasoetion (2025) menemukan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan secara konsisten dapat meningkatkan citra institusi secara signifikan, baik di sektor pendidikan maupun lembaga pemerintahan.

Dalam sistem demokrasi, komunikasi politik menjadi instrumen utama dalam menjembatani kepentingan rakyat dengan kebijakan negara. Lembaga legislatif sebagai representasi rakyat dituntut untuk memiliki kemampuan komunikasi yang efektif agar dapat menjaga

legitimasi di mata publik. Salah satu elemen utama dalam organisasi politik di Indonesia adalah Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) yang memegang tiga fungsi utama, yaitu legislasi, anggaran, dan pengawasan. Namun, fungsi tersebut tidak akan optimal apabila tidak diiringi dengan strategi komunikasi politik yang mampu menjangkau masyarakat secara luas.

Menurut Amri Dunan (2020), komunikasi politik yang dilakukan oleh pemerintah maupun lembaga legislatif tidak hanya sebatas menyampaikan pesan satu arah, tetapi juga harus membangun ruang dialogis yang memungkinkan adanya pertukaran gagasan dengan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan DPR dalam menjalankan fungsi representasi sangat ditentukan oleh kemampuan komunikasinya. Tanpa komunikasi yang jelas dan terbuka, program maupun kebijakan DPR berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, bahkan krisis kepercayaan publik.

Dalam struktur DPR RI, terdapat pembagian kerja ke dalam berbagai komisi yang masing-masing memiliki bidang tugas tertentu. Salah satunya adalah Komisi VI DPR RI yang berfokus pada sektor Kementerian Perdagangan, Koperasi, serta Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Komisi ini memegang peranan strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus mendukung kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, kinerja Komisi VI membutuhkan dukungan komunikasi publik yang kuat agar masyarakat dapat memahami dan mengapresiasi kebijakan yang dijalankan.

Dilansir dari kompas.id, berdasarkan temuan survei Indikator Politik Indonesia yang dirilis pada 27 Januari 2025, tingkat kepercayaan terhadap DPR hanya 69%. DPR berada di peringkat ke-10 dari 11 lembaga. Posisi terakhir adalah partai politik yang hanya mendapatkan kepercayaan sebesar 62%. Kondisi ini semakin menegaskan pentingnya peran *Public Relations*/Hubungan Masyarakat (Humas) dalam

memperkuat legitimasi kelembagaan. Humas tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga membangun citra positif serta menjembatani komunikasi dua arah dengan masyarakat. Putri (2023) menegaskan bahwa pengelolaan akun media sosial resmi yang baik mampu meningkatkan transparansi sekaligus memperkuat hubungan antara lembaga dengan publik.

Dalam laporan magang ini, pembahasan diarahkan pada praktik komunikasi publik yang dijalankan oleh Prof. Dr. Darmadi Durianto, S.E., M.B.A., salah satu anggota Komisi VI DPR RI dengan nomor A-177. Beliau dikenal aktif dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana penyebaran informasi, penguatan citra, serta interaksi dengan masyarakat. Melalui kegiatan magang yang dilakukan, penulis berkesempatan untuk mengamati sekaligus terlibat dalam strategi komunikasi publik yang dijalankan di lingkungan legislatif, khususnya terkait dengan pengelolaan konten digital, perencanaan pesan, hingga penguatan personal branding anggota DPR.

Dalam praktiknya, Prof. Darmadi Durianto (Anggota DPR RI A-177) menjadi contoh nyata anggota legislatif yang mengimplementasikan strategi komunikasi publik secara komprehensif. Beliau tidak hanya hadir melalui platform media sosial, tetapi juga aktif menyampaikan gagasan melalui media massa nasional dan lokal, menyusun pernyataan resmi, serta secara rutin melakukan komunikasi langsung dengan masyarakat melalui kunjungan kerja ke daerah pemilihannya.

Secara akademik, praktik komunikasi publik yang ideal dari seorang pejabat publik dapat dilihat dari perspektif *political public relations*. Menurut Amri Dunan (2020), komunikasi politik yang baik harus bersifat partisipatif, transparan, dan dialogis, sehingga mampu membangun kepercayaan publik terhadap institusi demokrasi. Hal ini sejalan dengan penelitian Iskandar, Hidayat, & Priyatna (2021) yang

menekankan bahwa DPR RI perlu mengelola komunikasi krisis dengan memanfaatkan media sosial secara strategis, bukan hanya sebagai alat informasi satu arah, melainkan sebagai ruang diskusi untuk meredam resistensi publik.

Jika dikaitkan dengan praktik Prof. Darmadi, terdapat sejumlah kesamaan dengan model ideal tersebut. Beliau konsisten menggunakan media sosial tidak hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk menanggapi isu publik dan memberikan klarifikasi atas kebijakan yang sedang diperbincangkan. Dengan begitu, komunikasi yang dijalankan menjadi lebih transparan sekaligus responsif. Selain itu, kehadiran beliau dalam kunjungan kerja ke daerah pemilihan mencerminkan aspek dialogis yang ditekankan dalam literatur akademik, di mana anggota legislatif tidak sekadar menyampaikan pesan, tetapi juga menyerap aspirasi konstituen secara langsung.

Namun demikian, terdapat pula perbedaan. Praktik komunikasi publik Prof. Darmadi cenderung lebih menonjol pada aspek personal branding melalui media digital dibandingkan model PR politik ideal yang menekankan partisipasi publik secara lebih luas dan sistematis. Penelitian Agustini dkk. (2024) menyoroti bahwa pemanfaatan media digital dalam komunikasi pemerintah sebaiknya tidak berhenti pada penyebaran narasi positif, tetapi juga mengintegrasikan mekanisme umpan balik publik yang terukur. Dalam hal ini, praktik Prof. Darmadi masih berfokus pada penguatan citra personal dan penyampaian informasi, sehingga ruang interaktif yang lebih terstruktur masih bisa diperluas.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa praktik komunikasi publik yang dijalankan Prof. Darmadi sejalan dengan konsep *political public relations* ideal dalam hal transparansi, penggunaan media digital, dan komunikasi langsung. Namun, ruang untuk memperkuat partisipasi publik secara lebih sistematis melalui kanal digital masih terbuka agar

praktik komunikasi tersebut sepenuhnya memenuhi standar PR politik yang ideal.

Adapun strategi komunikasi yang akan dijalankan oleh tim Humas dari Prof. Darmadi kedepannya supaya dapat memenuhi standar PR politik yang ideal:

- Penyusunan dan penyebarluasan pernyataan resmi (*press release*) kepada media,
- Pengembangan narasi komunikasi politik yang sejalan dengan isu nasional dan lokal,
- Pemantauan pemberitaan dan sentimen publik untuk menyesuaikan pesan komunikasi, serta
- Pelaksanaan komunikasi tatap muka langsung melalui dialog bersama konstituen.

Dengan pendekatan yang menyeluruh ini, komunikasi yang dibangun oleh Prof. Darmadi tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga partisipatif. Kegiatan komunikasi langsung yang beliau lakukan turut membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya kehadiran seorang wakil rakyat yang benar-benar mendengarkan dan menyerap aspirasi secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran anggota legislatif tidak hanya dirasakan dalam ruang digital atau media massa, tetapi juga nyata hadir di tengah masyarakat, menjembatani antara kebijakan dan kebutuhan publik secara konkret.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan magang di DPR/MPR RI Prof. Darmadi Durianto (Anggota DPR RI A-177) mempunyai maksud dan tujuan seperti :

- 1) Memahami praktik Humas legislatif, terutama dalam menyusun dan menyebarkan pernyataan resmi ke media.

- 2) Melatih kemampuan membangun narasi komunikasi publik dan menganalisis sentimen pemberitaan.
- 3) Menerapkan ilmu *Public Relations* dalam konteks kerja nyata dalam anggota DPR RI Prof. Darmadi Durianto A-177.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Untuk waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang terlampir sebagai berikut:

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan dengan sistem kerja Work From Office (WFO) pada hari Senin hingga Jumat, dengan jam kerja pukul 09.00 – 18.00 WIB. Namun, untuk jam kerja tidak selalu sama karena jam kerja yang mengikuti agenda dari anggota dewan. Hal ini membuat penulis dapat bekerja sampai hari Sabtu dan Minggu. Magang ini berlangsung selama 640 jam kerja, dimulai pada tanggal 1 Agustus 2025 dan berakhir pada 2 November 2025, sesuai dengan ketentuan Magang Track 2 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Lokasi pelaksanaan magang berada di kantor Anggota DPR RI A-177 (Prof. Darmadi Durianto) yang berlokasi di Kompleks DPR/MPR RI, Senayan, Jakarta. Aktivitas magang mencakup berbagai kegiatan di bidang komunikasi publik, seperti penyusunan siaran pers, pemantauan isu di media massa, serta peliputan kegiatan lapangan bersama konstituen, yang seluruhnya disesuaikan dengan kebutuhan dan agenda kerja anggota dewan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus

- 1) Menghadiri briefing Magang & Tugas Akhir/Thesis Prodi Ilmu Komunikasi bagi seluruh mahasiswa angkatan 2022 pada tanggal 25 Juni 2025.
- 2) Melakukan pengisian KRS *Internship Track 2* Kampus Merdeka di situs web myumn.ac.id dengan ketentuan telah menyelesaikan dan lulus *Internship Track 1*, serta tidak memiliki nilai D & E. Serta mengajukan *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 perusahaan magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Ketua Program Studi.
- 4) Melaksanakan zoom meeting dengan Ketua Magang Prodi Ilmu Komunikasi untuk proses verifikasi tempat magang dan pembuatan karya telah memenuhi syarat dan ketentuan.
- 5) Telah memiliki izin magang dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 6) Mengisi data diri dan mengunggah lembar penerimaan magang dari perusahaan yang ditujukan pada merdeka.umn.ac.id.
- 7) Selanjutnya adalah melengkapi Kartu Kerja Magang (KM-03), mengisi Lembar Kerja Magang (KM-04), mendapatkan Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang (KM-05), melakukan Penilaian Kerja Magang (KM-06), dan melakukan Verifikasi Laporan Magang (KM-07) untuk keperluan proses penulisan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dilakukan dengan melamar melalui kontak yang disebarluaskan secara *mouth to mouth* oleh pihak internal DPR/MPR RI Fraksi PDIPerjuangan.
- 2) Mengirimkan berkas lamaran seperti *Curriculum Vitae* (CV) melalui e-mail kepada Tenaga Ahli Anggota DPR RI Prof. Darmadi Durianto A-177.
- 3) Mengikuti wawancara singkat secara langsung bersama Anggota DPR RI Prof. Darmadi Durianto A-177, untuk menjelaskan motivasi, kompetensi, dan kesiapan dalam menjalankan program magang.
- 4) Menjalani proses interview lanjutan untuk menentukan penempatan peran dan tugas selama masa magang.
- 5) Memulai masa magang pada tanggal 1 Agustus 2025 setelah seluruh proses seleksi dan administrasi dinyatakan selesai.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja

- 1) Mahasiswa melakukan praktik kerja magang dengan posisi sebagai staff magang *Public Relations*/Hubungan Masyarakat untuk Anggota DPR RI Prof. Darmadi Durianto A-177.
- 2) Seluruh penugasan dan kebutuhan informasi didampingi dan diperoleh Dewantara selaku Tenaga Ahli Bidang Hubungan Masyarakat serta menjadi *supervisor* magang di Anggota DPR RI Prof. Darmadi Durianto A-177.
- 3) Proses pengisian KM-03 sampai KM-04 dilakukan

selama proses kerja magang.

D. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Bapak Silvanus Alvin, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing pemagang.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan kepada Kepala Program Studi.

E. Proses Sidang Praktik Kerja Magang

- 1) Laporan magang yang telah disetujui, selanjutnya akan diajukan ke dalam proses sidang.
- 2) Proses sidang dilaksanakan sesuai tanggal dan waktu yang telah ditentukan oleh Dosen Pengaji Sidang dan didampingi oleh Dosen Pembimbing.

