BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Public Relations pada divisi *Media Relations* di PT Nusantara Infrastructure Tbk berperan penting dalam menjalin, menjaga, dan meningkatkan citra atau reputasi perusahaan di mata *stakeholders* dan publik. Dalam proses kerjanya, *Public Relations* pada divisi *Media Relations* di PT Nusantara Infrastructure Tbk melakukan berbagai aktivitas yang berhubungan dengan media dalam berbagai kegiatan perusahaan. Fungsinya untuk sama-sama mencapai tujuan perusahaan yang tidak hanya dilakukan oleh *Public Relations* pada divisi *Media Relations* tetapi dilakukan pula oleh pihak-pihak lain di PT Nusantara Infrastructure Tbk, secara spesifik *Public Relations* pada divisi *Media Relations* di PT Nusantara Infrastructure Tbk mengatakan bahwa fungsi *Public Relations* pada divisi *Media Relations* di PT Nusantara Infrastructure Tbk adalah untuk menjaga citra dan reputasi PT Nusantara Infrastructure Tbk dan untuk menghindari berita-berita negatif yang masuk ke PT Nusantara Infrastructure Tbk. Ada pun menurut Frank Jefkins dalam buku *Public Relations* (1995: 98) dan Periklanan (1997: 275) mengatakan bahwa, fungsi *media relations* atau *press relations* adalah menyiarkan atau mempublikasikan seluas-luasnya informasi *Public Relations* guna menciptakan pengetahuan dan memberi pengertian bagi publiknya.

Dalam penelitian ini, peneliti spesifik pada Proses Kerja *Public Relations* pada divisi *Media Relations* di PT Nusantara Infrastructure Tbk dalam acara *Dialogue*

Series. Acara *Dialogue Series* merupakan forum di sektor-sektor infrastruktur yang melibatkan pemangku kepentingan (*stakeholders*) serta *professional* dari dalam dan luar negeri. Forum ini diselenggarakan bertujuan untuk mencari solusi dari setiap persoalan di sektor-sektor infrastruktur. Dengan adanya forum ini diharapkan dapat meningkatkan infrastruktur di Indonesia. Hubungan media dengan PT Nusantara Infrastructure Tbk yang merupakan penyelenggara utama forum ini memang harus dijalin, agar isi dialog yang ada dalam forum ini boleh sampai kepada masyarakat dan dipahami bersama sehingga untuk meningkatkan infrastruktur di Indonesia, tidak hanya pemerintah dan beberapa perusahan swasta asing dan dalam negeri saja yang berupaya meningkatkan infrastruktur di Indonesia, tetapi masyarakat pun memilik andil yang besar untuk ikut serta.

Untuk mencapai tujuannya tentu ada usaha yang perlu dilakukan oleh beberapa pihak terkait, tentu saja disini peneliti hanya akan membahas usaha atau proses kerja yang harus dilakukan oleh seorang *Public Relations* pada divisi *Media Relations.* Dalam buku Iriantara (2005, 2008) mengatakan bahwa untuk mencapai tujuannya seorang *Media Relations* sebagai bagian dari *Public Relations* tentu saja mengikuti langkah-langkah standar dalam *Public Relations*. Proses *Public Relations* yang standar itu diawali dengan langkah pertama, pengumpulan fakta. Selanjutnya, langkah kedua yaitu merumuskan permasalahan. Langkah ketiga adalah perencanaan dan penyusunan program. Langkah keempat adalah menjalankan rencana itu melalui tindakan dan komunikasi. Dan yang terakhir adalah evaluasi.

Peran *Public Relations* dalam divisi *Media Relations* secara umum adalah untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. (2000 : 98) Jefkins menjelaskan mengenai target *media relations* adalah pencapaian publikasi atau penyiaran maksimal atas informasi organisasi. Publikasi yang maksimal tidak hanya dari sisi jumlah media yang memuat, melainkan juga penyampaian informasi yang lengkap, serta berada di posisi yang strategis atau mudah dibaca, didengar atau ditonton oleh pemirsa. Sementara itu Sam Black dan Melvin L. Sharpe menambahkan, *media relations* juga merujuk kepada hubungan antara organisasi dengan media. Definisinya adalah hubungan antara suatu organisasi dengan pers, radio, dan televisi secara dua arah atau dua pihak. (1998 : 37) Kesimpulannya, *media relations* tidak hanya terkait dengan kepentingan sepihak, organisasi saja atau media massa saja, melainkan kedua pihak memiliki kepentingan yang sama. Dengan demikian, akan membuat hubungan kerjasama menjadi *win-win solutions*. Dalam hal ini, perusahaan atau praktisi *public relations* harus benar-benar memahami kepentingan-kepentingan perusahaan media, wartawan serta insan-insan media lain yang terlibat di dalam aktivitas industri media itu sendiri. Berdasarkan pada pemahaman diatas, maka pengertian *media relations* adalah : Aktivitas komunikasi *public relations/*humas untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang (*balance*).

Dalam lingkup bidang kerja *media relations*, tentu saja ada kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk menunjang bidang kerja lain. (Iriantara : 2008) Misalnya, kegiatan *media relations* dimaksudkan untuk menopang dan menunjang kegiatan untuk mencapai sasaran *community relations, customer relations,* atau *investor relations.* Lebih dari sekadar menunjukkan menunjang kegiatan *Public Relations, media relations* yang menopang atau membantu kegiatan penjalinan hubungan dengan publik-publik organisasi itu, merupakan wujud dari keterpaduan program atau kegiatan *Public Relations*. Adanya pembagian atau pemisahan antara misalnya media relations dengan *employee relations* atau *investor relations* untuk menunjukkan aktivitas-aktivitas utama saja. Namun aktivitas masing-masing sesungguhnya saling terkait karena memang bersifat terpadu. Apalagi bila diingat, masing-masing kegiatan tersebut pada dasarnya diselenggarakan organisasi untuk pencapaian tujuan organisasi tersebut.

Media relations sebagai bagian dari *public relations* tentu saja mengikuti langkah-langkah dengan standar dalam *Public Relations*. Proses kerja *Public Relations* (PR) yang standar itu diawali dengan langkah pertama, pengumpulan fakta bisa dilakukan dengan penelitian, menganalisis pemberitaan media atau membaca kecenderungan (*trend analysis*). Saat fakta ditemukan kemudian dilanjutkan dengan merumuskan permasalahan. Berdasarkan hasil penelitian atau kajian itu kemudian dirumuskan permasalahan yang dihadapi organisasi. Langkah kedua adalah perencanaan program. Langkah ketiga adalah menjalankan rencana itu melalui aksi dan komunikasi. Praktik *media relations* dapat saja dijalankan sebagai salah satu strategi komunikasi yang dijalankan organisasi. Artinya, setelah

kita merumuskan permasalahan, menganalisis kemungkinan penyelesaiannya, dan merumuskan kebijakan yang akan diambil, di dalamnya sudah diperhitungkan dimensi *media relations*. Dalam merencanakan program-program atau kegiatan *Public Relations* secara keseluruhan, *media relations* termasuk salah satu kegiatan yang hendak dijalankan. Apa yang diuraikan tersebut adalah menempatkan *media relations* sebagai bagian dari *Public Relations* secara keseluruhan. Bersama-sama dengan kegiatan lainnya seperti *community relations* dan *customer relations*, *media relations* dijalankan untuk mencapai tujuan *Public Relations* secara keseluruhan. Ini yang dikenal dengan istilah pendekatan *Public Relations* terpadu mencapai tujuan menjalin hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik-publik dan *stakeholder*-nya. Tujuan *Public Relations* seperti itu, pada dasarnya merupakan penjabaran dari tujuan organisasi secara keseluruhan. Bersama dengan bagian-bagian lain, seperti bagian produksi, pemasaran, keuangan, dan pengembangan sumber daya manusia, bagian *Public Relations* berusaha mencapai tujuan organisasi sesuai dengan lingkup kerja dan tanggung jawabnya. Strategi *Public Relations* yang disusun pun tak lepas dari strategi yang dikembangkan organisasi untuk mencapai tujuannnya. Begitu juga dengan visi dan misi *Public Relations*, yang merupakan penjabaran dalam bidang *Public Relations* dari visi dan misi oranisasi secara keseluruhan. Sedangkan media relations bisa merupakan bagian atau salah satu unit kerja pada divisi atau departemen *Public Relations*. Bisa juga merupakan salah satu fungsi yang berada dalam divisi atau departemen *Public Relations*. Sebagai salah satu unit kerja atau fungsi pada departemen atau divisi *Public Relations*, maka dengan sendirinya apa

yang dilakukan dengan *media relations* mengacu pada tugas pokok dan fungsi *Public Relations* organisasi. Dan langkah yang keempat adalah evaluasi, dimana hal ini dilaksanakan untuk menunjang adanya perbaikan di waktu kegiatan selanjutnya. (Rhenald Kasali, 1994)

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Rakhmat dalam bukunya "Metode Penelitian Komunikasi" mengemukakan bahwa metode ini mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. Mengumpulkan informasi aktual secara terperinci yang melakukan masalah yang ada.
2. Mendefinisikan masalah atau memeriksa kondisi praktek-praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan atau evaluasi.
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama pada masa yang akan datang. (Rakmat, 1984 : 25)

   Bogdan dan Taylor, mengatakan bahwa "metodologi kualtatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh)." (Moleong, 2002 : 3)

PT Nusantara Infrastructure Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang infrastruktur dimana didirikan pada tanggal 01 September 1995 dengan nama PT Sawitia bersama Darma dan mulai beroperasi pada tanggal 02 Januari 2000. Kantor ini berlokasi di Menara Equity lantai 38, Jl. Jendral Sudirman Kav.

52-53, Jakarta 12190. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan PT Nusantara Infrasructure Tbk terutama bergerak di dalam bidang jasa, perdagangan dan pembangunan yang berhubungan dengan bidang usaha infrastruktur, pertambangan, minyak, dan gas bumi.

Seperti yang telah dijelaskan di paragraf awal, acara *Dialogue Series* merupakan forum di sektor-sektor infrastruktur yang melibatkan pemangku kepentingan (*stakeholders*) serta *proffesional* dari dalam dan luar negeri. Forum ini diselenggarakan untuk mencari solusi dari setiap persoalan di sektor-sektor infrastruktur.

Infrastruktur merujuk pada sistem *phisik* yang menyediakan transportasi, pengairan, drainase, bangunan-bangunan gedung dan fasilitas publik yang lain yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia dalam lingkup sosial dan ekonomi (Grigg, 1998). Sistem infrastruktur merupakam pendukung utama fungsi-fungsi sistem sosial dan ekonomi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Sistem infrastruktur dapat didefinisikan sebagai fasilitas-fasilitas atau struktur-struktur dasar, peralatan-peralatan, instalasi-instalasi yang dibangun dan yang dibutuhkan untuk berfungsinya sistem sosial dan sistem ekonomi masyarakat (Grigg, 2000). Definisi teknik juga memberikan spesifikasi apa yang dilakukan sistem infrastruktur adalah aset fisik yang dirancang dalam sistem sehingga memberikan pelayanan publik yang penting.

Kesulitan dalam penyediaan infrastruktur sudah mulai berlangsung sejak lama. Persoalan-persoalan yang antara lain meliputi: keterbatasan dana pemerintah, peningkatan penduduk yang terus berlangsung terutama di kota-kota

besar, krisis ekonomi di era otonomi, euforia otonomi yang cenderung *kebablasan* dari kabupaten/kota menjadi beberapa penyebab perkembangan infrastruktur kalah cepat dibandingkan dengan dinamika pertumbuhan yang ada. Pelayanan air bersih belum menyentuh seluruh lapisan masyarakat yang membutuhkan baik di kota maupun di desa. Drainase yang masih terkesan tambal sulam, tidak *integrated* menjadi suatu kesatuan sistem yang utuh, terasa di banyak kota. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan daerah genangan banjir di kota-kota besar maupun di wilayah *rural* (kabupaten atau kota-kota terpencil). (Kodoatie: 2003)

Pemahaman dan pengertian dari aspek sosial terhadap proyek infrastruktur merupakan usaha untuk memberikan informasi tentang proyek infrastruktur kepada masyarakat dan menggali informasi tentang proyek infrastruktur dari masyarakat. Dari langkah ini akan diperoleh sinkronisasi antara kepentingan pembangunan sebuah proyek infrastruktur dengan kepentingan sosial, sehingga dapat dihindari konflik sosial awal dari pelaksanaan sebuah proyek infrastruktur atau bila masih terjadi dapat diupayakan konflik menjadi sekecil mungkin. Gejala konflik sosial akibat tidak jelasnya informasi tentang proyek, salah pengertian, salah interpretasi, salah konsep antara para pihak terkait dapat dihindarkan. Dengan demikian proses awal sampai selesainya pelaksanaan proyek baik infrastruktur maupun proyek lainnya dapat diterima secara sosial karena masyarakat bisa memahami penting dan manfaatnya sebuah proyek. Guna menekan kemungkinan terjadi permasalahan sosial dalam pengelolaan suatu infrastruktur yang berkelanjutan maka diperlukan komunikasi sosial yang harus berjalan baik. Komunikasi yang dimaksud adalah mendialogkan kepentingan dari

semua pihak guna terjadinya partisipasi masyarakat yang memadai atas fungsi dan manfaat infrastruktur tersebut. Bilamana muncul masalah sosial maka perlu upaya pemecahan-pemecahannya dengan melibatkan para pihak baik secara aktif maupun pasif. Secara aktif berarti lebih pada penekanan partisipasi para pihak sehingga keberadaan infrastruktur lebih dominan dimiliki oleh pihak-pihak di sekitar wilayah pengaruh infrastruktur tersebut.

Salah satu cara yaitu dengan dialog. Dialog yang dilakukan dalam upaya mengantisipasi dan menyelesaikan berbagai persoalan masyarakat, tak bisa terjadi secara spontan dan tiba-tiba melainkan karena diupayakan, dikelola oleh masyarakat secara terarah. Dengan kata lain untuk mewujudkan kebersamaan langkah, diperlukan satu alat yang efektif dalam mengelola kepentingan bersama tersebut. Kesadaran kritis dapat tercipta antara lain melalui pengorganisasian masyarakat yang mengarah pada proses penyadaran. Kesadaran kritis berarti memahami sebab dan akibat dari suatu proses pembangunan, tahu mengapa, dan bagaiman persoalan itu muncul. Dengan demikian, masyarakat juga tahu dan paham bagaimana melakukan tindakan bersama. Proses lebih lanjut dari kesadaran kritis adalah tumbuhnya partisipasi masyarakat dalam banyak hal. Ketika partisipasi masyarakat telah tumbuh, maka persoalan dapat terselesaikan dengan kondisi saling menguntungkan bagi semia pihak. Namun perlu diketahui, partisipasi saja bukan segala-galanya yang dapat menyelesaikan persoalan.

Salah satu upaya untuk dapat berkomunikasi adalah dibentuknya suatu wadah organisasi yang melibatkan semua *stakeholders* baik langsung maupun tak langsung. Organisasi bisa diwujudkan dalam kelembagaan yang ada, gabungan

antar lembaga yang ada atau suatu wadah yang baru. Wadah ini harus mampu sebagai mediator, fasilitator, penganalisis masalah yang timbul, pencegah konflik. Secara teori wadah ini dapat dengan mudah diwujudkan, namun bila diimplementasikan akan jauh lebih sulit dari analisis yang dilakukan. Semakin kompleks dampak yang timbul dari sebuah proyek atau kegiatan maka semakin sulit wadah yang dibentuk bekerja dengan sempurna sesuatu dengan tujuannya. Maka dari itu fungsi *media relations* sangatlah penting dalam proses berjalannya infrastruktur di Indonesia demi terus adanya komunikasi antara pemerintah-swasta terhadap masyarakat.

Dari masalah inilah peneliti berusaha menggambarkan proses kerja *media relations* perusahaan yang bergerak di bidang infrastruktur dalam penelitian yang berjudul "Proses Kerja *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT Nusantara Infrastructure Tbk Melalui *Dialogue Series* Dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia" (Studi Deskriptif Mengenai Proses Kerja *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT Nusantara Infrastruture Tbk Melalui Acara Seminar *Dialogue Series* dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia).

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Pertanyaan Makro

Dari sudut pandang yang telah diuraikan diatas maka penulis menentukan fokus kajian penelitan, **"Bagaimana Proses Kerja *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT Nusantara Infrastructure Tbk Melalui *Dialogue Series* dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia?**

1.2.2 Pertanyaan Mikro

1. Bagaimana Pengumpulan Fakta *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT Nusantara Infrastructure Tbk Melalui *Dialogue Series* dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia?
2. Bagaimana Perencanaan *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT Nusantara Infrastructure Tbk Melalui *Dialogue Series* dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia?
3. Bagaimana Aksi dan Komunikasi *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT Nusantara Infrastructure Tbk Melalui *Dialogue Series* dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia?
4. Bagaimana Evaluasi *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT Nusantara Infrastructure Tbk Melalui *Dialogue Series* dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis Proses Kerja *Public Relations* pada divisi *Media Relations* PT Nusantara Infrastructure Tbk dengan menggunakan metode Deskriptif, yang digunakan untuk menjabarkan (analitis), juga memadukan (sintesis), melalui acara Nusantara Infrastructure *Dialogue Series* dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Seperti apa yang telah dipaparkan pada poin-poin yang terdapat pada pertanyaan mikro penelitian, maka tujuan penelitian dapat peneliti sampaikan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada pada pertanyaan mikro pada masalah penelitian, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Pengumpulan Fakta Oleh *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT Nusantara Infrastructure Tbk Melalui *Dialogue Series* dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia.
2. Untuk mengetahui Perencanaan Oleh *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT Nusantara Infrastructure Tbk Melalui *Dialogue Series* dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia.
3. Untuk mengetahui Aksi dan Komunikasi Oleh *Public Relations* Pada Divisi *Media Relations* PT Nusantara Infrastructure Tbk Melalui *Dialogue Series* dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia
4. Untuk mengetahui Evaluasi Oleh Media Relations PT Nusantara Infrastructure Tbk Melalui *Dialogue Series* dalam Meningkatkan Infrastruktur di Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan ilmu dan temuan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang dapat dijadikan pijakan penelitian lebih lanjut khususnya pada kajian

mengenai bidang *public relations* dan *media relations*. Penelitian ini juga diharapkan memberikan wawasan untuk para akademisi, dapat memotivasi untuk berpartisipasi aktif dalam memikirkan penelitian di bidang Deskriptif Komunikasi selanjutnya terhadap dunia keilmuan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Dengan dilakukannya penelitian ini, dapat memberikan tambahan ilmu serta pengetahuan baik dari segi teoritis ataupun praktisnya bagi peneliti, untuk mengetahui lebih jauh mengenai materi dari penelitian itu sendiri serta hal-hal yang berkaitan dengan kajian ilmu yang sesuai dengan bidang ilmu yang peneliti dapatkan selama perkuliahan. Dengan penelitian ini juga memberikan wawasan kepada peneliti, bahwa dalam proses *Public Relations* sebagaimana program studi yang peneliti telah pelajari selama proses perkuliahan, perlu diperhatikan bagian *Media Relations* untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

b. Bagi Universitas

Penilitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan dijadikan literatur dalam mendukung materi-materi perkuliahan bagi Universitas Komputer Indonesia dan Universitas yang lain, Program Studi, dan mahasiswa-mahasiswi Ilmu Komunikasi, khususnya bidang kajian Deskriptif pada *Media Relations* untuk melakukan penelitian selanjutnya. Peneliti berharap penelitian ini

menambah referensi dan wawasan mengenai Deskriptif Komunikasi.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan bukan hanya bermanfaat bagi pihak Universitas dan Peneliti, melainkan agar bisa bermanfaat pula bagi masyarakat sebagai suatu pemahaman mengenai proses kerja *Media Relations* suatu perusahaan dalam melaksanakan proses bekerjanya tidak hanya untuk menguntungkan perusahaan, tetapi dapat dilihat bagaimana sisi suatu perusahaan membuat keuntungan pula bagi masyarakat, terlebih dalam penelitian ini menguntungkan mayarakat dalam bidang infrastruktur.