

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia tidak bisa lepas dari berkomunikasi setiap harinya, dari mulai tidur sampai mau tidur seseorang tidak pernah luput dengan kegiatan berkomunikasi, berinteraksi satu sama lain, mencari informasi berita yang terjadi disekitarnya, semua dilakukan dengan berkomunikasi, jika tidak terjalannya komunikasi yang baik maka akan sulit untuk mendapatkan informasi. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung (secara lisan) maupun tidak langsung (melalui media); proses penyampaian bentuk antar sesama manusia, akan sulit mendapatkan informasi setiap harinya. Interaksi gagasan kepada orang lain dan proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang disampaikan, baik sengaja maupun tidak disengaja (Hubeis *et al.* 2012:5)

Seseorang dapat mendapatkan informasi berita dengan cara berkomunikasi, bertukar informasi satu sama lain, berita yang didapat bisa melalui media cetak, media elektronik maupun *online*. Saat ini, manusia lebih cenderung memilih melalui media *online* karena dinilai lebih mudah dan praktis, meskipun tidak menutup kemungkinan bahwa masih banyak yang menggunakan media cetak dan media elektronik untuk mendapatkan informasi. Berita (*news*) merupakan informasi yang layak disajikan kepada publik. Berita yang tergolong layak adalah informasi yang sifatnya aktual, akurat, objektif, penting, dan tentu saja menarik perhatian publik. Biasanya, berita berupa pernyataan yang dipublikasikan melalui media massa (Suryawati 2015:67). Informasi yang disampaikan di media massa pada umumnya dinilai masyarakat memiliki kredibilitas yang tinggi, sehingga apa yang diungkapkan dianggap suatu kebenaran yang ada di masyarakat. Informasi tersebut juga mampu mempengaruhi pikiran, perasaan, sikap dan perilaku manusia. (Wardhani 2010:7)

Setiap perusahaan pasti membutuhkan seorang humas atau publik relations untuk membangun reputasi citra nya. *Public Relation* (PR) memiliki posisi yang sangat penting dalam sebuah organisasi, terutama jika organisasi tersebut sering berinteraksi dengan masyarakat luas (Mukaron dan Laksana 2015:46). Hal tersebut dikarenakan *public relation* merupakan salah satu *front liner* penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat. *Public relation* menentukan kesan positif sebuah organisasi di mata masyarakat, dan hubungan dengan masyarakat akan menentukan cara organisasi tersebut bersosialisai di tengah-tengah masyarakat. Dengan kata lain, *public relation* juga berperan dalam membangun hubungan, khususnya hubungan komunikasi antara organisasi dan masyarakat luas.

Media management merupakan salah satu divisi dari *corporate secretary* PT. Media Nusantara Citra Tbk (MNC Group), yang di dalamnya dibagi menjadi (tiga) subdivisi yaitu *media relation*, MNCupdate.com, dan *media monitoring & analysis*. Divisi *media management* dituntut untuk membangun dan menjaga citra positif perusahaan. *Corporate secretary* tidak memiliki humas sebagaimana dengan perusahaan lainnya, tetapi *corporate secretary* MNC Media memiliki tim yang sama tugasnya dengan seorang humas. Sama halnya dengan tugas humas atau *public relation* (PR), tim *media management* juga bertugas menjaga nama baik sebuah perusahaan, hanya saja yang membedakannya di sini *media*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

management membagi beberapa tugas humas dalam bentuk tim dan bukan dilakukan oleh satu orang saja. Bila organisasi tidak berkomunikasi dengan publiknya, seperti melalui program atau kegiatan PR, maka mereka akan segera dilupakan. Dalam konteks inilah akan terasa betapa pentingnya mengembangkan relasi yang baik dengan media. Untuk mencapai tujuan PR, yang diantaranya citra positif dan saling pengertian antara publik dan organisasi, maka banyak kegiatan PR yang dilakukan melalui media (Iriantara 2011:10).

Banyaknya isu-isu terkait tentang perusahaan MNC *Group*, maka dari itu, proses media *monitoring & analysis* dilakukan untuk menjaga perusahaan dari pemberitaan yang tidak diinginkan, karena hal itu dapat merugikan perusahaan. Itu adalah suatu permasalahan kontroversi yang menyentuh hakekat kepentingan masyarakat dan diperbincangkan di media massa, baik di media elektronik (televisi dan radio) maupun media cetak (surat kabar dan majalah) (Ritong dalam Wardhani 2013:142). Tim *Media Monitoring & Analysis* memiliki tugas untuk memantau pemberitaan terkait perusahaan baik melalui media cetak, media online, atau media elektronik.

Rumusan Masalah

Beberapa rumusan masalah yang dibahas pada laporan akhir ini antara lain:

Bagaimana proses media *monitoring* berita yang dilakukan oleh media *management* terkait MNC *Group*?
Apa hambatan dan solusi dalam proses media *monitoring* berita oleh media *management* terkait MNC *Group*?

Tujuan

Laporan akhir yang dibuat memiliki tujuan dalam proses pembuatannya. Tujuan tersebut merujuk pada rumusan masalah yang dibahas. Tujuan dari laporan akhir ini adalah:

1. Menjelaskan proses media *monitoring* berita oleh tim media *management* terkait MNC *Group*.
2. Menjelaskan apa saja hambatan dan solusi dalam proses media *monitoring* berita oleh tim media *management* terkait MNC *Group*.

METODE

Lokasi dan Waktu

Laporan akhir ini disusun berdasarkan data yang diperoleh selama melakukan praktik kerja lapang yang berlokasi PT. Media Nusantara Citra Tbk *Corporate secretary* kav 17-19 MNC Tower, yang beralamat di Jalan Kebon Sirih No. 17-19, Jakarta Pusat. Waktu pengumpulan data dimulai sejak tanggal 17 Juni 2019 sampai dengan 9 Agustus 2019. Pengumpulan data dilakukan selama jam kerja di MNC Tower *Corporate Secretary* yaitu pukul 09.00-18.00 WIB pada hari Senin hingga Jum'at.

Data dan Instrumen

Data dan instrumen merupakan dua hal penting yang dilakukan untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang ada. Data merupakan sumber yang didapatkan baik secara langsung maupun tidak langsung yang dapat dijadikan landasan untuk menjawab permasalahan, sedangkan instrumen merupakan suatu