

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

PT MNC Televisi Network membuat suatu program yang bertujuan untuk menjadi wadah pemerintah dalam menyampaikan program kerja, informasi, hingga apa yang akan dilakukan di kemudian hari. Hal tersebut dilakukan PT MNC Televisi Network untuk memelihara hubungan baik dengan pemerintah, mengingat bahwa pemerintah sebagai pengatur kehidupan dalam bermasyarakat yang mana berperan besar terhadap jalanya suatu program acara di stasiun televisi. Program speak after lunch berbentuk *talkshow* membahas isu yang sedang beredar di masyarakat dengan mendatangkan narasumber dari pemerintah maupun kementerian sesuai dengan topik yang akan dibahas (iNews, 2019).

Program pertama di PT MNC Televisi Network yang menjadi wadah pemerintah untuk menyampaikan program kerjanya, serta menjadi jembatan antara masyarakat dengan pemerintah. Melalui program speak after lunch, pemerintah dapat dengan mudah menyampaikan sesuatu kepada masyarakat terkait isu yang ingin dibahas atau memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan adanya program speak after lunch, diharapkan PT MNC Televisi Network menjadi saluran yang bisa memberikan informasi untuk masyarakat secara berkelanjutan dengan menghadirkan narasumber langsung dari pemerintah (iNews, 2021).

PT MNC Televisi Network adalah stasiun televisi nasional di Indonesia yang didirikan oleh Media Nusantara Citra. Dikutip dari website resminya, PT MNC Televisi Network juga dapat dikatakan sebagai jaringan televisi lokal terbesar di Indonesia serta stasiun televisi yang mengunggulkan program-program berita dan informasi yang akurat, cepat, informatif, mendidik, hingga menginspirasi banyak penonton. Dengan jaringan televisi lokal yang luas, PT MNC Televisi Network mengutamakan konten berita lokal dari setiap daerah setiap harinya di seluruh Indonesia. Dengan didukung oleh *news centre* dan *news*

*gathering* terbesar di Indonesia, hal ini menjadikan keunggulan iNews sebagai televisi berita dan informasi (iNews, 2021).

Pada tahun 2017 silam, program *speak after lunch* tayang di PT MNC Televisi Network dengan membawakan pembahasan Pemerintah harus lakukan literasi, yang mana episode ini ditujukan untuk masyarakat yang masih kurang *aware* terhadap berita *hoax* yang beredar. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) melakukan gerakan bersama anti *hoax* dengan memberikan literasi untuk masyarakat dalam bentuk kemampuan membacem menulis, berbicara, hingga memecahkan masalah pada kehidupan sehari-hari. Dengan adanya situs TurnBackHoax.ID yang diluncurkan oleh Masyarakat Indonesia Anti *Hoax*, Kominfo bekerjasama dengan situs dan aplikasi ini guna masyarakat mampu menyampaikan berita atau informasi yang berisi *hoax* dengan memberikan bukti-bukti ke situs tersebut. Hal ini dilakukan oleh pemerintah dengan harapan masyarakat Indonesia akan lebih peka terhadap berita *hoax* (Iza, 2017).

Perusahaan tentunya membutuhkan strategi untuk tetap mempertahankan hubungan baiknya dengan *stakeholder*, strategi diperlukan untuk mempertahankan atau bahkan menciptakan kejayaan pada perusahaan. Strategi diperlukan untuk mempertahankan publik internal dan eksternal. Publik internal sendiri biasanya dilakukan oleh pemimpin untuk memberikan semangat dalam melakukan segala pekerjaannya. Sedangkan strategi yang dilakukan untuk mempertahankan publik eksternal atau biasa disebut sebagai *stakeholders* pada umumnya dilakukan supaya publik eksternal mempunyai rasa setia, percaya, hingga pada tingkat loyalitas dengan perusahaan (Chandra, 2021). Dalam penelitian ini, PT MNC Televisi Network melakukan strategi untuk memelihara *government relations* melalui sebuah program acara bernama *Speak After Lunch* yang tayang di iNews.

Pada penelitian ini memiliki fokus utama yaitu untuk memelihara hubungan *government relations* karena hubungan yang sudah terbentuk baik antara pemerintah dengan PT MNC Televisi Network harus tetap dijaga untuk kebutuhan jangka panjang. Hubungan yang sudah dibangun dengan berbagai cara seperti menjalani *campaign* bersama, melakukan *placement*, hingga membuat

*public service announcement* harus dipelihara untuk mendapatkan dukungan dari pemerintah terkait jalanya program acara di PT MNC Televisi Network.

Perencanaan strategis yang wajib dilakukan pada tahap penyusunannya adalah dengan menggunakan empat fase perencanaan strategis. Pada tahapan ini merupakan bentuk riset formatif, strategis, taktik, hingga evaluasi yang kegiatannya dilakukan untuk mendukung jalanya perencanaan strategis suatu perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. Pada penelitian ini, perusahaan harus melakukan riset terhadap kebutuhan masyarakat dalam mendapatkan informasi dari sebuah program televisi. Kemudian di implementasikan menjadi program yang bisa memberikan informasi untuk masyarakat luas dengan strategi yang sudah ditentukan. Fase ketiga berupa taktik untuk menentukan taktik yang digunakan supaya strategi dapat berjalan semaksimal mungkin. Hingga fase evaluasi untuk mengukur keberhasilan strategi dan menjadi pedoman untuk strategi yang akan dijalankan berikutnya (Smith, 2017:11).

Salah satu program acara yang menjadi wadah untuk pemerintah adalah *speak after lunch* yang tayang di PT MNC Televisi Network merupakan tayangan dalam bentuk *talkshow* sebagai wadah pemerintah untuk menyampaikan informasi dan edukasi. Program ini selalu mendatangkan narasumber langsung dari pemerintahan untuk membahas suatu isu yang sedang berlangsung di masyarakat atau hanya sekedar menyampaikan sesuatu terkait informasi yang kira-kira diperlukan oleh masyarakat. Berdasarkan penjelasan mengenai program *speak after lunch*, diketahui bahwa program tersebut bertujuan untuk memelihara hubungan baik dengan pemerintah atau *government relations* sebagai bagian dari stakeholders PT MNC Televisi Network (Saprizal, 2020).

Perlunya memelihara hubungan baik dengan pemerintah untuk melancarkan tujuan perusahaan serta untuk memperoleh pemahaman dan dukungan dari pemerintah. Sebuah perusahaan media tentunya memerlukan hal tersebut untuk melancarkan jalanya program-program acara dalam bentuk siaran. PT MNC Televisi Network melakukan *government relations* pada awalnya melalui mengadakan media visit ke iNews yang kemudian seberjalanya waktu, pemerintah mengundang divisi yang berhubungan dalam menjalankan *government relations* untuk menghadiri ulang tahun daerah yang dilakukan oleh

pemerintah daerah. Dengan memiliki hubungan yang baik dengan pemerintah, hal ini akan memudahkan sebuah instansi dalam mendapatkan dukungan dengan pemerintah.

Dalam (Cutlip, 2016) dijelaskan mengenai fungsi *public relations* adalah sebagai fungsi manajemen dalam melakukan evaluasi pada sikap publik, identifikasi terhadap kebijakan hingga melaksanakan program yang bertujuan untuk membangun relasi. *Government relations* merupakan salah satu fungsi seorang *public relations* dalam memelihara hubungan baik antara perusahaan dengan pihak yang mendukung jalannya kegiatan tersebut yakni pemerintah.

*Government relations* adalah sebuah hubungan antara perusahaan dengan pemerintah yang baik hubungannya dengan lembaga legislatif dan peraturan pemerintah. Pemerintah menjadi pihak yang berkuasa dan dapat melancarkan namun bisa menghambat proses perusahaan. Oleh karena itu dalam menjalin hubungan dengan pemerintah diperlukan proses membangun hubungan yang baik. *Government relations* mempunyai posisi yang cukup penting dalam perusahaan yakni menimbulkan keselarasan dengan berbagai kebijakan pemerintah dengan perusahaan (Kuncoro, 2015).

Pemerintah adalah salah satu dari sekian banyak pemangku kepentingan yang hubungannya penting untuk dipelihara oleh perusahaan. Pemerintah mempunyai wewenang yang sangat luas jangkauannya sebagai pengatur kehidupan dalam bermasyarakat. Tujuan memelihara hubungan yang baik dengan pemerintah ini biasa disebut sebagai *government relations*, yang mana salah satu turunan dari fungsi *corporate communications*. *Government relations* biasa disebut dengan kegiatan melobi. Dengan menentukan tokoh yang memiliki kemampuan melobi, bisa dihubungi, menguasai permasalahan, dan kemampuan komunikasi yang efektif (Hidayati, 2020).

*Government relations* merupakan sebutan yang jarang masyarakat ketahui hingga dinilai sebagai hal yang belum jelas. Namun pada intinya, *government relations* merupakan sebuah rangkaian kegiatan yang terbilang tidak terlalu sulit atau cukup sederhana. Dikarenakan berhubungan dengan kebutuhan perusahaan untuk menempatkan diri pada pemerintah terhadap sebuah isu. Serta memperlihatkan posisi perusahaan dalam isu yang ada (Willey, 2011).

Menurut (Prabawati, 2012), definisi *government relations* merupakan suatu peran yang penting untuk dilakukan seorang *public relations* dalam menjalankan tugasnya untuk membangun dan memelihara hubungan baik dengan pemerintah terutama dalam hal mempengaruhi peraturan dan perundang-undangan. *Government relations* umumnya dilakukan untuk tujuan tertentu, diantaranya : (1) meningkatkan komunikasi dengan pejabat pemerintah dan lembaga tinggi negara, (2) memonitor lembaga pembuat keputusan dan peraturan dalam area yang mempengaruhi perusahaan mereka, (3) memberikan dorongan partisipasi pemilih (rakyat) dalam setiap lapisan pemerintahan, (4) mempengaruhi undang-undang yang berpengaruh pada rakyat dan pelaksanaannya, (5) meningkatkan kesadaran dan pemahaman para pembuat keputusan.

Salah satu kegiatan yang penting untuk dilakukan dalam aktifitas *public relations* adalah dengan menjalin hubungan baik dengan pemerintah. *Public relations* memiliki perspektif bahwa pemerintah berperan penting terutama dalam kaitannya dengan penentu kebijakan dan kebijakan tersebut dapat mempengaruhi suatu perusahaan atau organisasi. Berdasarkan kalimat tersebut, *government relations* memang sangat penting dilakukan oleh setiap perusahaan untuk memudahkan sebuah perusahaan dalam penentuan kebijakan bersamaan dengan pemerintah.

*Government relations* adalah suatu bagian khusus dalam tugas dan kewajiban seorang *public relations* untuk membangun dan memelihara hubungan dengan pemerintah terutama dalam mempengaruhi peraturan dan perundang-undangan. Tentunya, seorang *public relations* akan melakukan tahapan ini untuk mencapai tujuan perusahaan secara efektif dengan cara mempengaruhi peraturan (Kasali, 2012).

Kaitannya dengan pemeliharaan hubungan dengan pemerintah strategi *public relations officer* diketahui bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan niat baik dan akan terus berkelanjutan untuk khalayaknya (Setiawan, 2021). Sejalan dengan pernyataan tersebut, diketahui jika peran seorang *public relations* dalam menjalankan tugasnya untuk membangun dan mempertahankan citra positif perusahaan menjadi hal yang utama. Jika citra perusahaan sudah rusak di mata masyarakat, maka perusahaan tersebut harus sudah siap untuk menerima

konsekuensinya dalam menghadapi krisis terhadap citra. Sebuah perusahaan yang mendapati masalah terhadap krisis citra kemungkinan besar sudah menimbulkan pandangan negatif dari stakeholder dengan jangka waktu yang cukup panjang, hingga menyebabkan citra perusahaan di mata masyarakat menjadi turun. Dalam kembali menjaga hubungan baik dengan stakeholder, perusahaan harus mampu mengambil langkah dan merespon isu tersebut dengan baik untuk mengembalikan citra baik yang sudah berjalan sebelumnya.

Tentunya setiap stasiun televisi memiliki caranya tersendiri untuk melakukan sebuah strategi dalam membangun sesuatu sesuai dengan kebutuhannya. Setiap televisi juga sudah memiliki target khalayaknya mulai dari umur, gender, hingga berapa jumlah jam tayang yang kira-kira mereka habiskan untuk tetap menyaksikan acara televisi yang disiarkan. Dengan hal ini akan memudahkan pihak internal televisi melacak dan mengakumulasi jumlah penontonya dalam skala tertentu. Hal ini juga bisa menjadi dasar untuk televisi yang kurang memiliki keseimbangan jumlah penontonya dalam suatu program, biasanya perusahaan akan melakukan inovasi dalam mengembangkan program-program yang lebih berkualitas sesuai kemauan khalayak.

Dari definisi tersebut diketahui jika serangkaian strategi *public relations* dapat menjadi serangkaian upaya agar tercapainya pemahaman bersama dan saling pengertian supaya suatu lembaga dapat dukungan dari publiknya. Publik yang dituju dalam penelitian ini adalah pemerintah, sehingga penting untuk memelihara hubungan baik dengan publik tersebut. Hal serupa juga diungkapkan oleh *public relations* PT MNC Televisi Network, yakni:

“*Government relations* memang penting dilakukan sama seorang *public relations* buat memelihara hubungan baik sama Pemerintah. Kalo di iNews ya salah satunya dengan adanya program Speak After Lunch yang memang menjadi wadah pemerintah buat menyampaikan edukasi, apa yang mau dikerjakan, atau bahkan informasi yang sekiranya memang dibutuhkan oleh masyarakat terkait isu tertentu yang beredar di masyarakat. Program ini emang dijalanin buat menjaga *government relations* untuk memudahkan pemerintah menyampaikan sesuatu ke masyarakat” (Astri, Wawancara, 3 April 2021).

Berdasarkan pra penelitian, memelihara *government relations* memang sangat penting untuk dilakukan setiap perusahaan untuk memudahkan perusahaan dalam mendapatkan dukungan dari pemerintah. Di era masa kini, pentingnya setiap instansi dalam melakukan *government relations* untuk dapat menempatkan diri pada pemerintah terhadap sebuah isu untuk memulihkan keadaan kembali seperti semula sangatlah penting. Pada penelitian ini *government relations* dipelihara melalui program speak after lunch.

PT MNC Televisi Network merupakan salah satu perusahaan media yang memiliki hubungan baik dengan pemerintah. Salah satu cara yang dilakukan oleh PT MNC Televisi Network dalam memelihara *government relations* adalah dengan menjadi wadah untuk pemerintah dalam menyampaikan informasi dan edukasi ke masyarakat melalui program speak after lunch dalam bentuk *talkshow*.

Pemeliharaan hubungan dengan pemerintah sangat penting untuk dilakukan oleh sebuah stasiun televisi, mengingat kecepatan informasi dan aksesibilitas informasi yang diberikan oleh televisi. Televisi sudah menjadi sumber informasi dan hiburan yang tentunya mudah dijangkau oleh semua kalangan masyarakat hingga memiliki pengaruh yang cukup besar pada era modern saat ini. Televisi memiliki kelebihan masing-masing untuk menjadi lebih menarik bagi semua kalangan masyarakat, mulai dari anak-anak, dewasa, hingga tua yang tentunya meluangkan waktunya untuk menonton sebuah program tayangan yang ada di televisi. Menurut studi Nielsen pada 2019 terkait pemirsa Indonesia menghabiskan waktu untuk menonton televisi mengatakan bahwa durasi seseorang menonton televisi pada masa kini yang paling besar angka persentasenya rata-rata lima jam (Fajar, 2019). Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa seseorang akan menghabiskan waktunya cukup lama untuk menonton program siaran yang ada di televisi yang sekiranya mereka minati.

Sumber informasi yang semakin cepat dalam persebarannya dari berbagai sumber tidak dapat ditahan dalam era teknologi komunikasi seperti saat ini. Berbagai macam informasi berita dari perusahaan, media hingga kanal digital tentunya mampu dengan mudah diterima oleh masyarakat tanpa adanya batasan

waktu, jarak, mulai dari berita sosial, politik, ekonomi, dan yang lainnya. Tentunya siapapun di masa kini mampu menemukan apa yang ingin dilihat dan menurutnya menarik untuk keperluannya (Ramadhani, 2020).

Berdasarkan penjelasan di atas, diketahui jika persebaran informasi yang sangat cepat melalui televisi membutuhkan dukungan dari pemerintah terkait dengan menetapkan regulasi penyiaran sehingga informasi yang disampaikan pada masyarakat memiliki fungsi edukasi bagi masyarakat. Pernyataan ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu diantaranya penelitian dengan judul “*Government Relations* dan *Role Model* Strategi PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Jakarta Dalam Menjadikan DKI Jakarta Sebagai Kota Gas (City Gas) di Indonesia” yang menekankan pada *government relations*.

Penelitian terdahulu lebih menjelaskan kepada bagaimana cara menjalin hubungan baik, maka peneliti tertarik untuk meneliti hubungan baik dalam fokus pada pemerintah. Perbedaan pada penelitian kali ini akan lebih ditekankan bagaimana caranya sebuah perusahaan media dalam melakukan strategi untuk memelihara *government relations* dengan sebuah cara. *Government relations* adalah sebuah hubungan yang dikelola oleh perusahaan media informasi dan komunikasi yang berkelanjutan untuk memperoleh pemahaman dan dukungan dari pemerintah.

Alasan peneliti memilih PT MNC Televisi Network sebagai objek penelitian karena PT MNC Televisi Network merupakan perusahaan media yang multiplatform (4 TV: MNCTV, GTV, RCTI, iNews). Dengan ini cakupannya tentu lebih besar dan jangkauannya akan lebih luas. Dengan dilengkapi platform media lainnya seperti website dan media sosial, PT MNC Televisi Network adalah perusahaan media dengan cakupan platform terbanyak di Indonesia (iNews, 2020). Pada intinya, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Strategi PT MNC Televisi Network dalam memelihara hubungan dengan pemerintah melalui program speak after lunch. Sehingga nantinya akan diketahui bagaimana implementasi *government relations* di media televisi dan dapat menjadi masukan bagi media dalam mengelola hubungan baik dengan Pemerintah.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana Perencanaan Strategis *Public Relations* PT MNC Televisi Network Dalam Memelihara *Government Relations* (Studi Deskriptif Program Speak After Lunch) ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas adalah untuk mengetahui Perencanaan Strategis *Public Relations* PT MNC Televisi Network Dalam Memelihara *Government Relations* (Studi Deskriptif Program Speak After Lunch).

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengembangan ilmu komunikasi yang berkaitan dengan pemerintah. Serta dapat dijadikan kajian ilmu komunikasi khususnya *public relations* dalam upaya melakukan *government relations*.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi gambaran untuk perusahaan media lainnya untuk menjalankan *government relations* dengan mengadakan program yang berhubungan dengan pemerintah.