

## BAB IV PENUTUP

### 4.1 Kesimpulan

Sebagai praktisi *Public Relations* di media televisi dan *entertainment*, peran *Public Relations* dapat dikatakan sebagai sebuah tim yang berfungsi untuk menjalin hubungan yang baik kepada komunitas, organisasi, dan juga penyelenggara acara. Dalam hal ini, kehadiran *Public Relations* juga menjalin hubungan yang baik dengan awak media untuk mendapatkan publisitas mengenai program acara yang dimiliki oleh NET TV. Tidak hanya itu, acara dan kegiatan sosial yang dilakukan oleh NET dan dikelola oleh tim *Public Relations*, tentunya menjadi sebuah *branding* dan membangun citra perusahaan yang positif. Selama melaksanakan program kerja profesi sebagai *Public Relations Intern* di PT NETMEDIATAMA, praktikan dapat mempelajari dan memahami ilmu dan wawasan seputar tugas serta pekerjaan *Public Relations* di media televisi dan *entertainment*. Dengan demikian, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat praktikan peroleh dari aktivitas kerja profesi di PT NETMEDIATAMA dalam divisi *Public Relations*:

- a. Peran *Public Relations* sangat penting di industri media hiburan, khususnya pertelevisian yaitu menjadi sebuah penghubung komunikasi antara perusahaan dan audiensnya, dengan mengedukasi dan memberikan informasi yang berkaitan dengan program acara televisi dan *special event* yang diselenggarakan industri tersebut. Hal ini juga berkaitan dengan peran *Public Relations* di PT NETMEDIATAMA, yang di mana praktikan belajar bagaimana menjangkau audiens dengan strategi komunikasi yang baik dengan adaptif dalam menerapkan konsep di era digital.
- b. Aktivitas *media relations* di era digital, khususnya industri media hiburan pertelevisian memanfaatkan media sosial dalam menjalin komunikasi dengan awak media. Adapun beberapa contohnya seperti melakukan kontak dengan awak media, memberikan *invitation* dalam *special event* dan bahan *press release* program acara. Selain itu, selama menjalani kerja profesi di PT NETMEDIATAMA, praktikan belajar bagaimana membangun hubungan yang baik dengan awak media. Pada poin ini, praktikan belajar dalam bagaimana

*treat* yang harus dilakukan untuk menjalin hubungan dengan media, seperti mengundang media dalam acara dan memberikan *merchandise* NET sebagai bentuk *branding* terhadap PT NETMEDIATAMA. Kemudian di sisi lain, praktikan dapat mengetahui bagaimana menyambut awak media saat perusahaan sedang melaksanakan acara. Dalam hal ini, praktikan mengetahui bahwa untuk mendapatkan publisitas dari liputan media, tim *Public Relations* menyediakan *press seat* atau *press room* sebagai fasilitas liputan media. Selain itu, dalam membangun hubungan yang baik dengan media, praktikan juga belajar dalam mekanis penulisan *press release* di NET dan alur publikasinya kepada media.

- c. Dalam menjalankan aktivitas *media relations* di suatu industri media hiburan, staff *Public Relations* PT NETMEDIATAMA tentunya selalu berusaha menjaga hubungan yang baik dengan awak media. Dalam hal ini, setiap program acara baru dan *event* yang akan dilaksanakan, pihak staff *Public Relations* selalu mengundang media dan menyambutnya dengan baik untuk menjalin kerja sama dalam bentuk sebuah publisitas terkait aktivitas perusahaan. Selain itu, dalam menjalani aktivitas *media relations*, staff *Public Relations* juga bersikap professional dan menerapkan kode etik yang baik ketika menjalin komunikasi dengan awak media. Kemudian, adapun tantangan staff *Public Relations* dalam aktivitas *media relations* yaitu bagaimana mengundang dan menjalin komunikasi yang baik dengan awak media yang kredibel dan memastikan hasil publisitas yang positif sehingga dapat berdampak baik bagi perusahaan.
- d. Berkaitan dengan mata kuliah di Universitas Pembangunan Jaya, terdapat beberapa mata kuliah yang relevan dengan bidang kerja profesi *media relations* yaitu diantaranya penulisan hubungan masyarakat, strategi dan taktik PR, manajemen hubungan media dan manajemen acara. Teori dan praktik dalam mata kuliah ini membantu dan memenuhi kebutuhan dalam aktivitas *media relations*, khususnya di Industri media hiburan.
- e. Selama berkontribusi dalam membantu pekerjaan divisi *Public Relations* di NET, praktikan belajar bagaimana mempertahankan hubungan yang baik antara perusahaan dan komunitas yaitu Net Good People. Jika dikaitkan dengan era digital saat ini, pengelolaan komunitas dapat memanfaatkan media sosial sebagai wadah komunikasi dan interaksi antara perusahaan dan komunitas.

- f. Peran *Public Relations* di Industri media hiburan pertelevisian juga sangat penting dalam mengelola sebuah acara, baik itu Off Air dan juga On Air. Dalam hal ini, staff *Public Relations* memiliki tugas dalam berkoordinasi dengan semua pihak yang mengelola acara, sehingga menjaga keberlangsungan dan keberhasilan acara.
- g. Selama kerja profesi, praktikan belajar bagaimana proses kerjasama dan *approval* aktivitas *media partner* dan juga sponsorship dengan NET. Dalam hal ini, praktikan melihat bahwa proses pengajuan *media partner* diajukan melalui email *Public Relations* NET dan melampirkan dokumen proposal dari penyelenggara acara. Kemudian, sebelum proses *approval*, terdapat beberapa list proposal yang diseleksi oleh staff *Public Relations* untuk melihat keuntungan dari acara tersebut. Dengan demikian, praktikan mengetahui segala alur dan proses dalam kesepakatan aktivitas *media partner* dan sponsorship.

## **4.2 Saran**

Berdasarkan hasil kegiatan kerja profesi praktikan di PT NETMEDIATAMA sebagai *Public Relations Intern*, tentunya terdapat saran atau masukan yang dapat praktikan berikan dalam perusahaan dan ilmu pengetahuan teknologi. Adapun saran atau masukan praktikan terhadap dua poin itu yakni sebagai berikut:

### **4.2.1 Saran untuk PT NETMEDIATAMA**

Perlunya perubahan dalam teknis penulisan *press release*, yang di mana format penulisan dapat disesuaikan dengan jumlah maksimal dua halaman, sehingga informasi yang ditampilkan tidak mengulang kata dan informasi data tidak tergolong jenuh. Kemudian, diperlukannya inovasi dalam mengemas *media monitoring* berita *entertainment*, yang di mana perlu melampirkan topik pembahasan dan deskripsinya beritanya sehingga pihak staff *Public Relations* lainnya dapat memahami dengan mudah mengenai berita yang dibahas. Kemudian, pengemasan aktivitas *media monitoring* sebaiknya dikemas menggunakan tabel, sehingga berita yang dilampirkan tersusun dengan baik sesuai dengan kategorinya. Selain itu, membuat sebuah *campaign* dengan topik yang relevan dengan visi dan misi perusahaan untuk meningkatkan *brand awareness* serta membangun citra positif perusahaan.

#### 4.2.2 Saran untuk IPTEK

Selama menjalani aktivitas kerja profesi sebagai *Public Relations* di PT NETMEDIATAMA, terdapat saran yang dapat praktikan berikan dalam lingkup IPTEK yaitu dibutuhkan adanya *workshop* mengenai penulisan *press release* dan teknik *story telling* yang baik dalam memproduksi isi konten *press release* tersebut. Penulisan *press release* sangat penting bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi yang mengambil minor *Public Relations* karena pekerjaan ini menjadi salah satu menjadi strategi menjaga hubungan yang baik dengan media guna mendapatkan publikasi perusahaan. Adapun hal yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kemampuan itu adalah membiasakan diri dalam riset informasi, mencari referensi dan melatih penulisan dengan bahasa yang baik dan benar. Selain itu, periode kerja profesi selama tiga bulan dapat dikatakan terlalu singkat untuk memberikan pengalaman yang baik dan menambah wawasan kerja dalam bidang *Public Relations*, sehingga dibutuhkan periode magang yang lebih lama untuk mendapatkan pengalaman kerja yang baik sesuai dengan latar belakang pendidikan mahasiswa. Dan yang terakhir, pihak kampus perlu memberikan materi terkait aktivitas *media monitoring* karena hal ini merupakan kegiatan *daily* seorang *Public Relations* untuk memantau dan mengawasi publikasi dari media terkait perusahaan.