

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Magang

Komunikasi adalah prosedur penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan untuk menyampaikan pesan dengan adanya timbal balik. Komunikasi yang dilaksanakan dalam sebuah Lembaga ingin menghasilkan persepsi yang sama agar tercapainya tujuan perusahaan yang dikehendaki bersama. Persepsi yang sama adalah dengan adanya timbal balik, ide, reaksi atau tanggapan dari *public* dan berkaitan dengan peran seorang humas yaitu sebagai jembatan yang menghubungkan Lembaga dengan *public*. Menurut Cultip, Center dan Broom (2006) peran dari humas adalah sebagai manajemen yang meningkatkan, membangun, serta mempertahankan hubungan yang baik, harmonis dan bermanfaat antara organisasi dengan *public* yang dapat mempengaruhi gagal atau suksesnya suatu organisasi tersebut dimata *public*. Oleh sebab itu, dengan adanya humas dapat mempengaruhi gagal atau suksesnya sebuah organisasi.

Dalam melaksanakan peran, menurut Lattimore (2010) terdapat empat model humas yang diterapkan. Pertama, model *Press agency* (agen pemberitaan), yaitu menggambarkan bagaimana informasi bergerak satu arah dari organisasi menuju *public*. Kedua, model informasi *public*, yaitu yang menggambarkan bagaimana humas bertugas memberitahu *public*. Model ini selalu dilaksanakan oleh humas pemerintah, Lembaga Pendidikan, dan organisasi nirlaba. Ketiga, model asimetris dua arah, yaitu memandang humas sebagai kerja persuasi ilmiah yang menggunakan hasil riset untuk mengukur dan menilai *public*. Keempat, model simetris dua arah, yaitu sebuah model yang menggambarkan sebuah orientasi humas dimana organisasi dan *public* saling menyesuaikan diri. Model tersebut berfokus pada penggunaan metode riset ilmu sosial untuk memperoleh rasa saling pengertian serta komunikasi dua arah antara *public* dan organisasi. Keempat model tersebut berfokus pada usaha yang menyeimbangkan kepentingan pribadi dengan kepentingan *public* atau kelompok lainnya.

Media massa memiliki arti penting bagi Lembaga terpenting untuk menyampaikan publikasi pada masyarakat luas secara umum dan *public* secara umum. Selain digunakan dalam membangun wacana maupun membentuk opini, media juga banyak digunakan untuk untuk membangun citra perusahaan maupun citra produk. Pada dasarnya, organisasi media terdiri atas organisasi perusahaan dan redaksi. Manajemen redaksi mengelola isi dan teknis dari operasi media, sedangkan manajemen perusahaan mengelola bisnis dari media.

Perkembangan media sosial membawa suatu perubahan di dalam masyarakat. Menurut Rivan (2021) adanya media sosial saat ini sangat berpengaruh akan perubahan pola perilaku masyarakat yang mengalami pengeseran baik secara sosial, ekonomi dan budaya yang ada, termasuk di Indonesia. Menurut Pramesti (2019) penggunaan media sosial oleh instansi di Pemerintahan Indonesia mulai digunakan sebagai upaya peningkatan kebutuhan informasi kepada *public* di Indonesia. Penggunaan media sosial oleh suatu Lembaga tentu memiliki tujuan jelas bagi pemerintah yaitu menjadi tempat membangun citra, selain itu media sosial juga menjadi pembangun sarana komunikasi untuk pemerintah.

Peranan humas pemerintah adalah untuk memberikan sanggahan mengenai berita yang salah dan merugikan pemerintah, dan mengkomunikasikan atau menginformasikan berbagai kebijakan pemerintah kepada masyarakat. Hal tersebut bertujuan untuk memberi citra positif pemerintahan tersebut. Menurut Moore (2004) teknik yang digunakan dalam humas yang berada di pemerintahan tidak terdapat perbedaan dengan Teknik yang digunakan humas daalam bidang lain yaitu penyampaian informasi dan komunikasi.

Humas pemerintahan bertujuan untuk menyajikan informasi secara baik dan komprehensif sekaligus mendistribusikan informasi kepada masyarakat melalui siaran publikasi media massa, termasuk media cetak dan elektronik. Kegiatan instansi pemerintahan berbeda dengan perusahaan yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Humas pemerintahan kegiatannya terbatas hanya memberikan pengertian, menyadarkan masyarakat akan hal-hal yang berkaitan dengan kebijaksanaan, peraturan serta keputusan yang telah dikeluarkan oleh pemerintah.

Selain itu, tugas humas dalam pemerintahan juga memberikan dukungan atau nasehat kepada atasannya. Untuk menyebarluaskan/mensosialisasikan segala kebijakan yang dikeluarkan untuk sampai kepada public dibutuhkan sarana, yaitu media massa. Media massa yang sering kali digunakan oleh masyarakat Indonesia saat ini adalah media massa online termasuk media sosial sebagai platform membaca berita dan penyebaran berita, media online tersebut lebih efektif untuk para pembaca.

1.2 Maksud Dan Tujuan Magang

1.2.1 Maksud Kegiatan Magang

Terdapat yang dimaksud dari kegiatan magang praktikan sebagai tim kerja sama media pada Kementerian Perdagangan Republik Indonesia adalah sebagai berikut:

- a. Untuk membuka wawasan pengetahuan serta pemahaman kepada mahasiswa tentang teori keilmuan yang dipelajari.
- b. Untuk memberikan wawasan pengetahuan kepada mahasiswa tentang realitas dunia praktek sebagai pelengkap pengetahuan keilmuan.
- c. Untuk membentuk kemampuan berpikir keilmuan dan daya respon mahasiswa terhadap berbagai masalah yang muncul dalam masyarakat.
- d. Untuk mengetahui bagaimana pengelolaan Kerjasama Media dengan Pemberitaan terkait berita tentang Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- e. Untuk mengetahui prosedur dan mekanisme kerja Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- f. Menambah wawasan serta pengalaman kerja bagi mahasiswa khususnya yang berhubungan dengan konsentrasi Public Relation.
- g. Membangun sikap disiplin dan tanggungjawab dalam menghadapi dunia kerja.

1.2.2 Tujuan Kegiatan Magang

Terdapat tujuan dari kegiatan magang yang dilakukan praktikan sebagai tim kerja sama peliputan media pada Kementerian Perdagangan Republik Indonesia sebagai berikut:

- a. Mendapatkan pengalaman bekerja dan mempelajari soft skills dan hard skills khususnya pada bidang tim kerja sama peliputan media
- b. Dapat mengelola peliputan media mulai dari meliput kegiatan acara, bekerja sama dengan media partner, membuat beberapa konten, melakukan standby doorstop
- c. Dapat membangun komunikasi yang baik dengan tim kerja sama peliputan media
- d. Dapat mempelajari serta memahami mengenai bagaimana cara bekerja, cara berkomunikasi, dan memahami tata kelola pada sebuah perusahaan khususnya peliputan media
- e. Dapat mengasah kreatifitas dalam membuat press release, membuat laporan, serta bagaimana cara bekerja sama dengan media partner, agar dapat memberikan feedback yang baik.

1.3 Tempat Magang

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia adalah kementerian dalam Pemerintah Indonesia yang membidangi urusan perdagangan yang didirikan oleh DR. (H.C). Zulkifli Hasan, S.E., M.M. Beliau merupakan seorang politikus yang memberdayakan inklusivitas dan tata kelola yang berpusat pada rakyat selalu menjadi prinsip utamanya sebagai politisi, membuatnya dikenal oleh banyak pedagang di pasar tradisional sebagai "politisi pro-pedagang sejati".

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia didirikan untuk menyelenggarakan urusan di bidang perdagangan dalam pemerintahan agar dapat membantu presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Kementerian Perdagangan dapat membantu masyarakat dalam perkembangan luas sektor perdagangan ke semua lapisan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya karena sektor perdagangan merupakan salah satu sektor penting dalam kegiatan ekonomi.

Tempat praktikan magang yaitu Kementerian Perdagangan Republik Indonesia yang terletak di Jakarta Pusat, tepatnya di Jl. M. I. Ridwan Rais, No. 5 Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10110, Indonesia. Pimpinan atau Kepala Biro Hubungan Masyarakat di Kementerian Perdagangan adalah Ir. Ani Mulyati, M.M. Sekaligus merupakan pembimbing Kerja (Mentor) Praktikan.

1.4 Jadwal Waktu Magang

Jadwal Pelaksanaan kerja profesi yang telah dilaksanakan oleh praktikan adalah mulai dari tanggal 6 Juli 2023 sampai dengan 6 Desember 2023, yakni dilakukan selama tepat enam bulan sesuai dengan pedoman dan kebijakan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Praktik magang di lakukan di hari senin sampai dengan jumat pukul 09.00 – 16.30 WIB.

Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan MBKM

No.	Kegiatan	Bulan																				
		Juni			Juli			Agustus			September			Oktober			November			Desember		
1.	Mempersiapkan CV																					
2.	Melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing																					
3.	Mengirim dokumen yang diperlukan oleh pihak kehumasan di Kementerian Perdagangan																					
4.	Melakukan sesi wawancara dengan ketua tim peliputan kerja sama media																					
5.	Mendapatkan pernyataan keterangan diterima untuk magang di kementerian Perdagangan																					
6.	Memulai pelaksanaan magang hari pertama di Kementerian Perdagangan																					
7.	Melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing																					
8.	Menjalankan pelaksanaan magang sebagai tim peliputan kerja sama media di Kementerian Perdagangan																					

9. Selama melakukan kegiatan program magang MBKM, praktikan telah mulai untuk menyusun laporan magang yang diperlukan untuk keperluan mata kuliah pada awal bulan September dan Oktober 2023
10. Praktikan membutuhkan pengumpulan dokumen dan hasil dari laporan magang MBKM yang dilakukan oleh praktikan pada 29 Desember 2023.

Berikut ini merupakan penjabaran detail terkait jadwal kegiatan praktikan Magang MBKM di Kementerian Perdagangan Republik Indonesia :

- 1) Multimedia
 - a. Membuat Konten Video Informasi pada Sosial Media Instagram Kemendag mengenai Hari Konsumen Nasional dan Konten Perlindungan Konsumen.
 - b. Membuat Desain Cover Buku Kumpulan Pidato Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan.
 - c. Mendesain Buku Kilas Pemberitaan Kegiatan Menteri Perdagangan
- 2) Peliputan Pimpinan
 - a. Melakukan Peliputan Pimpinan pada setiap acara penting dari Mendag, Wamendag serta dirjen terkait.
 - b. Membuat Pointer dan Transkrip Acara
 - c. Turut serta meliput saat Doorstop dan Wawancara bersama jajarannya.
 - d. Membuat draft Siaran Pers dari hasil wawancara dilapangan.
 - e. Mengoreksi atau Merevisi draft siaran pers sebelum diunggah ke website Kemendag.
- 3) Kerjasama Media
 - a. Mengkoordinasi media dalam kegiatan peliputan, menjelaskan mengenai teknis meliput dan mengawasi media.
 - b. Mengkoordinasikan/Membrifing Para Media untuk sambutan Mendag dan Doorstop.
 - c. Mencatat kehadiran media/wartawan pada setiap acara.

- 4) Media Monitoring
 - a. Melakukan Monitoring pemberitaan Kementerian Perdagangan di media massa dan media sosial.
 - b. Membuat Laporan Triwulan berbentuk Chart/Diagram mengenai pemberitaan Mendag.
 - c. Menganalisa/memilah/mengklasifikasikan berita berdasarkan sentimentasi, Positif, Netral, Waspada dan Bahaya.
 - d. Mencatat serta mengumpulkan pemberitaan pada setiap acara pada lembar Media Coverage.

- 5) Hubungan Antar Lembaga Non Pemerintah
 - a. Turut membantu dalam mengkoordinasi pada saat kedatangan demo dan turut mengawasinya bersama jajaran tim.
 - b. Turut hadir untuk mencatat pada saat mediasi.
 - c. Membantu dalam menyampaikan informasi berkaitan kerjasama atau pelaksanaan acara Kampus Praktikan dengan Kemendag.

- 6) Bagian Tata Usaha
 - a. Melakukan Scanning pada surat perjalanan dinas dan surat bukti bayar
 - b. Melakukan Penyusunan Arsip Surat Perjalanan Dinas
 - c. Melakukan Pencetakan Dokumen Penting seperti: Surat Tugas, Rundown kegiatan Menteri Perdagangan, Cover Buku Kumpulan Pidato Mendag, Surat Penting lainnya.