

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penelitian diawali dengan memberikan deskripsi umum tentang para informan yang menjadi subjek penelitian. Selanjutnya, wawancara mendalam akan dilakukan dengan empat informan yang merupakan pekerja di bidang public relations dan sudah pernah menonton serial drama Korea “Race” dari episode 1 sampai dengan episode 12. Informan di penelitian ini akan memberikan pemaknaan dan pemaknaan yang dihasilkan yaitu dominant-hegemonic reading dan oppositional reading terhadap pesan yang disampaikan dalam serial tersebut. Setiap posisi pemaknaan akan dijelaskan melalui pernyataan yang disampaikan oleh informan selama wawancara. Kemudian, bab ini akan membahas faktor kontekstual yang mempengaruhi penonton atau audiens dalam memberikan makna, termasuk gender, budaya (lingkungan kerja), pendidikan dan pengalaman.

Pemaknaan resepsi yang disajikan tidak mencakup seluruh aspek pengalaman yang diungkapkan oleh informan, melainkan dipilih yang paling revelan dengan perumusan masalah dalam penelitian ini. Selain itu, perlu dicatat bahwa pemilihan pemaknaan oleh informan dalam penelitian ini merupakan hasil interpretasi subjektif peneliti, yang mungkin berbeda dari interpretasi peneliti lain yang mungkin menekankan aspek yang berbeda.

#### **4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian**

Serial ini menceritakan latar belakang mengenai pekerja di bidang public relations di sebuah perusahaan besar di Korea yaitu Perusahaan Seyong. Serial ini menceritakan tentang Park Yoon-Jo dan Ryu Jae-Min sebagai teman dan juga rekan kerja pada divisi Public Relations di perusahaan Seyong. Park Yoon-Jo dan Ryu Jae-Min sudah berpengalaman di bidang public relations, Ryu Jae-Min ini sudah sangat lama bekerja di divisi public relations pada Perusahaan Seyong sebagai public relations karena Park Yoon-Jo ini berhasil menjadi seorang PR di Perusahaan Seyong melalui perekrutan buta atau perekrutan tanpa melihat latar belakang.

Pemilihan informan disesuaikan dengan kriteria informan, yakni seorang praktisi public relations yang memiliki pengalaman bekerja minimal 1,5 tahun di bidang public relations agar bisa melihat dan merasakan sisi tugas dan fungsi public relations yang digambarkan di drama korea tersebut dan telah menonton seluruh episode serial Race mulai dari episode 1 hingga episode 12. Peneliti melakukan pengumpulan data melalui wawancara untuk mengetahui latar belakang sosial dan budaya informan, pemahaman atau pengalaman informan mengenai tugas dan fungsi public relations, dan pemaknaan informan serial korea “Race”. Berikut data informan dalam penelitian ini:

1. Aline Setyana Darmawan, seorang wanita yang berusia 26 tahun berasal dari Jakarta Selatan dan berstatus sebagai Public Relations selama 5 tahun di PT. Multilateral Global Cahaya (Digital Agency Viral MGC).
2. Raisa Zakiah, seorang wanita yang berusia 24 tahun berasal dari Rempoa dan berstatus sebagai Public Relations selama 1,5 tahun – 2 tahun di Kandi Imaji.
3. Elin Kaban, seorang wanita berusia 29 tahun berasal dari Jakarta dan berstatus sebagai Public Relations selama 3 tahun di Zipmex Indonesia.
4. Annisa Nidya Hapsari, wanita berusia 32 tahun berasal dari Benda Timur 9 Pamulang dan berstatus sebagai Public Relations di divisi SubKoor Penyelenggaraan Diseminasi Informasi dan Kemitraan Komunikasi Publik selama kurang lebih 3 – 4 tahun di Perusahaan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan.

**1. Informan 1**

Informan 1 bernama Aline Setyana Darmawan, Biasa dipanggil Aline. Aline adalah seorang perempuan yang berusia 26 tahun. Aline memiliki latar belakang pendidikan S1 Jurusan Massa Communications Konsentrasi Broadcasting dan Jurnalistik di LSPR Communication and Business Institute dan S2 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pelita Harapan di tahun 2022 – 2024. Aline bertempat tinggal di Jakarta Selatan dan saat ini sedang bekerja di PT. Multilateral Global Cahaya (Digital Agency Viral MGC) yang berlokasi di SCBD Astha. Aline bekerja sebagai Public Relations dan saat ini sudah memiliki

pengalaman 5 tahun di bidang Public Relations. Informan 1 dipilih sebagai narasumber dalam penelitian ini karena memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti, yaitu merupakan profesional di bidang public relations dengan pengalaman selama 5 tahun dan telah menonton serial Race dari episode 1 hingga episode 12.

**2. Informan 2**

Informan 2 adalah Raisa Zakiah. Sering dipanggil Raisa. Raisa, seorang perempuan berusia 24 tahun, memiliki gelar S1 di bidang Ilmu Komunikasi. Ia tinggal di Rempoa dan saat ini bekerja di Kandi Imaji yang terletak di Jakarta Selatan. Raisa bekerja sebagai Konsultan Public Relations dan saat ini sudah memiliki pengalaman 1,5 – 2 tahun di bidang Public Relations. Informan 2, termasuk yang suka sekali menonton drama korea melalui aplikasi layanan streaming online. Karena dapat menghibur dan memberikan edukasi untuk informan 2. Informan 2 dipilih sebagai narasumber dalam penelitian ini karena memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, yaitu merupakan profesional di bidang public relations selama 1,5 – 2 tahun dan sudah pernah menonton serial Race dari episode 1 sampai dengan episode 12.

**3. Informan 3**

Informan 3 bernama Helinsa Rasputri. Biasa dipanggil Elin atau Elin Kaban. Elin adalah seorang perempuan yang berusia 29 tahun. Elin memiliki latar belakang pendidikan D3 Manajemen Perusahaan di Universitas Diponegoro dan S1 Manajemen di Universitas Indonesia. Elin tinggal di Jakarta dan saat ini bekerja di Zipmex Indonesia sebagai public relations. Dengan pengalaman 3 hingga 4 tahun dalam bidang public relations, Elin memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk menjadi narasumber dalam penelitian ini karena informan 3 merupakan pekerja di bidang Public Relations selama 3 tahun dan sudah pernah menonton serial Race dari episode 1 sampai dengan episode 12.

**4. Informan 4**

Informan 4 bernama Annisa Nidya Hapsari. Biasa dipanggil Annisa atau Nissa. Annisa adalah seorang perempuan yang berusia 32 tahun. Annisa

memiliki latar belakang pendidikan S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Annisa bertempat tinggal di Benda Timur 9, Pamulang Kota Tangerang Selatan. Saat ini Annisa sedang bekerja di Dinas Komunikasi Informatika Kota Tangerang. Annisa bekerja sebagai Subkoordinator Penyelenggaraan Diseminasi Informasi dan Kemitraan Komunikasi Publik atau yang biasa dikenal dengan Public Relations dan saat ini sudah memiliki pengalaman kurang lebih 3 – 4 tahun di bidang Public Relations. Informan 4, termasuk yang suka sekali menonton drama korea melalui aplikasi layanan streaming online. Karena dapat menghibur dan memberikan edukasi untuk informan 4. Informan 4 terpilih sebagai narasumber dalam penelitian ini karena memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti, yaitu informan 4 adalah pekerja di bidang Public Relations selama 3 – 4 tahun dan sudah pernah menonton serial Race dari episode 1 sampai dengan episode 12.

Tabel 4. 1 Deskripsi Umum Informan

Deskripsi	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4
<b>Usia</b>	26 Tahun	24 Tahun	29 Tahun	32 tahun
<b>Pendidikan</b>	S2	S1	S1	S1
<b>Domisili</b>	Jakarta Selatan	Tangerang Selatan	Jakarta	Tangerang Selatan
<b>Bidang</b>	Public Relations Manager	Public Relations	Public Relations	Public Relations
<b>Perusahaan</b>	PT. Multilateral Global Cahaya (Digital Viral MGC)	Kandi Imaji	Zipmex Indonesia	Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan
<b>Lama Bekerja</b>	5 tahun	1,5 – 2 tahun	3 – 4 tahun	3 – 4 tahun

Sumber : Olahan Peneliti

## 4.2 Hasil dan Analisis Penelitian

### 4.2.1 Pemahaman Terhadap Serial Drama Korea Race

Pada pengenalan terhadap serial drama korea Race bahwa keempat informan dalam penelitian ini telah menonton serial drama korea Race. Karena keempat informan suka menonton drama korea melalui layanan streaming online yaitu aplikasi disney+ hotstar karena memudahkan penonton untuk bisa mengaksesnya.

Hal ini akan diuraikan satu persatu dimulai dari pengenalan terhadap serial drama korea Race berdasarkan wawancara dengan informan 1, informan 2, informan 3 dan informan 4 dalam penelitian ini. Sama halnya dengan informan 1, informan 2, informan 3, dan informan 4 bahwa sudah selesai menonton serial Race dari episode 1 sampai episode 12. Lalu seperti halnya informan 1 kapan terakhir menonton serial Race sekitar 1 bulan yang lalu. Wawancara tersebut dilaksanakan pada hari Kamis, 30 Mei. Berikut adalah penjelasan informan 1:

*“Hmm menonton serial drama Korea Race itu sudah lama sih yaa sekitar 1 bulan yang lalu lah ya” (I-1)*

Berbeda dari informan 1. Informan 2 menjelaskan kapan terakhir kali menonton serial Race yakni 2 minggu yang lalu. Berikut penjelasan informan 2 :

*“Belum lama sih, mungkin sudah 2 minggu yang lalu lah” (I-2)*

Berbeda dari informan 2. Informan 3 menjelaskan kapan terakhir kali menonton serial Race yakni sekitar 1 atau 2 bulan yang lalu. Berikut penjelasan informan 3 :

*“kayanya sih sudah hampir 1 atau 2 bulan yang lalu (I-3)*

Berbeda dari informan 3. Informan 4 menjelaskan kapan terakhir kali menonton serial Race yakni di bulan Februari awal yang artinya sudah 5 bulan yang lalu. Berikut penjelasan informan 4 :

*“seingat saya sih bulan Februari awal sih ya, ya pokoknya sudah lama deh mel” (I-4)*

Intensitas keempat informan dalam penelitian ini ketika sedang menonton serial Race ini dapat dijelaskan oleh keempat informan bagaimana ketika informan

sedang menonton serial Race apakah sedang melakukan aktifitas lain atau tidak agar memahami dengan baik penggambaran serial Race. Hal ini juga berperan penting untuk menentukan posisi pemaknaan apakah informan fokus ketika menonton serial Race ini sehingga mendapatkan pemahaman yang detail dari penggambaran tugas dan fungsi PR. Informan 1 menjelaskan bahwa ketika menonton serial Race dari episode 1 hingga episode 12 ini disaat jam istirahat ketika melakukan aktifitas yaitu makan siang dan di weekend untuk mengisi waktu luang. Berikut penjelasan informan 1 :

*“aku nonton serial Race ini biasanya pas jam istirahat kerja sih sambil makan siang atau ya pas weekend mengisi jam kosong aku” (I-1)*

Berbeda dari informan 1. Informan 2 menjelaskan bahwa ia dapat memberikan penjelasan ketika sedang menonton serial Race ini di weekend tanpa melakukan aktifitas apapun karena mengisi waktu luang dan menjadikannya hal itu sebagai hiburan setelah bekerja. Berikut penjelasan informan 2 :

*“hmm aku nonton serial Race ini sih biasanya pas weekend ya atau ya malem kalo free. Aku kalo nonton serial ini gak ngelakuin aktifitas apa apa sih, karena ya emang tidur – tiduran aja dikamar gitu sebagai hiburan aku disaat aku mau istirahatt, refreshing otak karena bekerja hehehe” (I-2)*

Seperti informan 1. Informan 3 menjelaskan bahwa ia dapat memberikan penjelasan ketika sedang menonton serial Race ini di weekend dan terkadang dilakukan ketika sedang ingin makan. Namun terkadang informan 3 juga menonton serial Race disaat jam istirahat di kantor. Berikut penjelasan informan 3 :

*“aku nonton serial Race ini biasanya di weekend sih karena luang nya di weekend aja kan, ya kadang sambil nemenin aku makan jadi sembari nonton serial Race ini atau kadang juga aku nonton ketika jam istirahat kantor gitu.” (I-3)*

Seperti informan 3. Informan 4 menjelaskan bahwa ia dapat memberikan penjelasan ketika sedang menonton serial Race ini di weekend atau ada waktu luang saja dan menonton serial Race ini ketika sedang makan siang atau makan malam. Untuk menjadikan hiburan. Berikut penjelasan informan 4 :

*“kalo saya pas nonton serial Race ini biasanya di weekend sih karena kan kalo di weekday tuh saya sibuk kerja hahaha, jadi gak sempet. Tapi kadang kalo ada waktu luang juga saya nonton sih. Tapi keseringan baru bisa menonton ya di weekend sambil makan gitu atau nyemil.” (I-4)*

Pemahaman terhadap cerita serial Korea Race bahwa keempat informan dalam penelitian ini dapat memahami isi cerita yang disampaikan di serial Korea Race. Karena keempat informan tersebut benar – benar menonton dari episode 1 sampai dengan episode 12. Hal ini akan diuraikan satu persatu pemahaman terhadap cerita serial Korea Race sebagaimana hasil wawancara dengan keempat informan. Setiap informan memiliki pemahaman yang berbeda, meskipun pada dasarnya sama. Misalnya, informan 1 menjelaskan alur serial drama korea Race yakni pemeran utama yaitu perempuan dan laki – laki yang bekerja di bidang PR. Pemeran utama sebelumnya bekerja di agency kecil lalu pindah ke perusahaan Seyong sehingga akan terjadi perbedaan beban kerja dan konflik yang dihadapi. Berikut penjelasan informan 1 :

*“intinya itu mereka dua orang praktisi PR yang bekerja tapi mereka beda skala agency. Jadi yang cowo ini kerjanya di agency yang cukup besar, cukup ternama di Korea. Sedangkan yang cewe ini kerjanya di Agency yang so so cenderung kecil lah, jadi dari segi beban kerja itu beda jauh banget dan hmm dari jenjang karir mereka, dari brand yang ditangani, company yang ditangani itu jauh banget berbedanya. long story short lalu banyak juga lah intrik intrik dan konflik konflik yang terjadi namun juga hmm permasalahan yang kena perusahaan” (I-1)*

Seperti informan 1. Informan 2 juga menjelaskan bahwa ia dapat memberikan penjelasan alur cerita secara singkat yakni menceritakan kehidupan praktisi PR ketika menghadapi masalah dan tantangan yang akan dihadapi sebagai PR. Menceritakan perjuangan pemeran utama wanita yaitu ParkYoonjo yang sebelumnya bekerja di agency kecil lalu ke perusahaan besar dan suka duka kehidupan pekerja kantoran. Berikut penjelasan informan 2 :

*“yang aku tangkep sih point point nya itu suka duka kehidupan pekerja kantoran yang pertama nah kebetulan si tokoh utama nya ini kan bekerja sebagai seorang PR begitu kan jadi disitu dia eeemm film ini itu kaya menggambarkan dan menceritakan eee suka duka mereka menjalani karir sebagai PR dengan segala tantangan rintangan budaya organisasi yang berbeda beda, budaya perusahaan yang berbeda beda. Terus karakter ee atasan yang juga berbeda beda,” (I-2)*

Seperti informan 2. Informan 3 juga menjelaskan bahwa ia dapat memberikan penjelasan alur cerita secara singkat yakni menceritakan permasalahan

yang sering terjadi dialami oleh praktisi PR yaitu krisis reputasi perusahaan. Berikut penjelasan informan 3 :

*“Seyong ini ada krisis apa atau terkena masalah apa, kalo gak salah ya seingetku mengenai korupsi atau konflik internal deh kayanya, jadi tim PR di Seyong dan si cowo itu ngasih ide ke atasan nya buat bikin program perekrutan tanpa kualifikasi supaya nutupin krisis dari Seyong gitu kan, akhirnya buka itu lowongan pekerjaan tanpa kualifikasi, dan si cewe itu ngelamar dan diterima. Cuman seinget aku itu malah tambah masalah, dan banyak konflik –konfliknya. Cuman yang aku tonton sih memang gambarin tugas dan fungsi PR di sebuah perusahaan sih” (I-3)*

Seperti informan 3. Informan 4 juga menjelaskan bahwa ia dapat memberikan penjelasan alur cerita secara singkat yakni menceritakan penggambaran profesi public relations dan suka duka yang dialami sebagai seorang PR, hingga cerita penggambaran perjuangan ParkYoonjo untuk membuktikan bahwa ia layak diterima di perusahaan Seyong. Berikut penjelasan informan 4 :

*“ya itu sih penggambaran profesi public relations kalo di serial itu bagaimana, terus suka duka kehidupan pekerja kantoran yang memang dijalani sebagai seorang PR. Lalu konflik yang digambarkan juga beragam, menggambarkan perjuangan si tokoh perempuan itu untuk membuktikan bahwa sebenarnya ia layak diterima di perusahaan Seyong. memang membahas tentang profesi aku, perjuangan karakter cewe itu dari perbedaan di agency kecil hingga pindah ke perusahaan besar di korea, nah ngegambarin perbedaan pola kerja juga kan tuh” (I-4)*

Selanjutnya, keempat informan dapat menjelaskan pendapat nya mengenai alur cerita serial Korea Race. Seperti halnya informan 1 menjelaskan bahwa serial Race ini merupakan penggambaran profesi public relations jika diangkat menjadi drama korea dan menyampaikan pendapat bahwa serial Race ini cukup relate namun tidak mencakup semuanya karena ada perbedaan di segi culture Korea dan indonesia. Berikut penjelasan informan 1 :

*“aku itu awalnya ingin nonton karena drakor ini itu kayanya ngupas tentang PR begitu,seru begitu aku kan ingin tahu ya dari hmm prospektif mengenai profesi aku itu seperti apa kalo diangkat di drakor. sebenarnya cukup relate cuman gak semuanya karena dari segi culture itu kan beda ya yang terjadi di Korea dan Indonesia itu kalo relate ke diri aku nya engga, tapi kalo ke serial nya jalan cerita nya itu nyambung saja sih alurnya” (I-1)*

Seperti informan 1. Informan 2 juga menjelaskan bahwa ia dapat memberikan penjelasan pendapat nya tentang alur cerita serial Korea Race ini akan

ada perbedaan skema pekerjaan di perusahaan besar dan agency kecil. Berikut penjelasan informan 2 :

*“dia jadi PR internal perusahaan dia bergabung di tim internal perusahaan yang notabene nya sebenarnya agak berbeda sih skema bekerjanya kemudian apa namanya ruang lingkup pekerjaan itu sedikit berbeda begitu” (I-2)*

Seperti informan 2. Informan 3 juga menjelaskan bahwa ia dapat memberikan penjelasan pendapat nya tentang alur cerita serial Korea Race yang memang menggambarkan bagaimana tugas dan fungsi PR, konflik yang digambarkan lebih – lebihkan. Berikut penjelasan informan 3 :

*“konflik nya sebenarnya gak yang serius atau fatal banget. Kaya ya reputasi perusahaan, permasalahan internal, tapi itu dilebih lebihkan saja sih, dan menurutku karyawan di Seyong tuh pada bersaing buat naikin jabatan kan ya. Terus alurnya ya ngegambarkan bagaimana sih tugas dan fungsi PR di perusahaan” (I-3)*

Seperti informan 3. Informan 4 juga menjelaskan bahwa ia dapat memberikan penjelasan pendapat nya tentang serial Race ini memberikan gambaran tentang PR dan konflik - konflik yang akan dihadapi seorang public relations. Berikut penjelasan informan 4 :

*“pendapat pribadiku sih sebenarnya ini ya itu tadi kasih penggambaran tentang PR gitu, seruu sih cerita nya karena banyak konflik terus nyambung.. di race itu dia juga ngegambarkan tentang PR digital, PR konvensional, jadi dalam satu perusahaan itu ada banyak tim PR yang terbagi. permasalahan internal juga yang dialami oleh perusahaan, isu negatif. Wah pokoknya serialnya complicated ngegambarkan suka duka nya jadi PR” (I-4)*

Selanjutnya, keempat informan dapat menceritakan pesan yang ingin disampaikan dalam serial Korea Race. Seperti halnya informan 1 dapat memahami pesan yang disampaikan cerita dalam serial Korea Race yakni tentang keilmuan PR. Berikut penjelasan informan 1 :

*“sebenarnya kalau yang aku tangkep ya dari drama Race ini lebih ke keilmuan PR yang kamu gak kepikiran bakal kepake sih sebagai praktisi PR itu kamu sudah punya pakem pakem begitu loh kalo untuk kerja di company dan kamu juga harus bisa nyesuain kalo misalkan kamu kerja untuk brand, kamu kerja untuk suatu company dengan suatu citra dan persepsi baik dari company itu sama kalo kamu kerja di tempat lain yang menghandle macem – macem begitu, kadang – kadang ilmu yang kita pelajari di kampus itu tuh gak sama prinsipnya untuk diterapin di dunia kerja” (I-1)*

Berbeda dari informan 1. Informan 2 mampu memahami pesan yang ingin disampaikan cerita dalam serial Korea Race yakni tentang beradaptasi pemeran utama dari kerjaan lama ke kerjaan yang baru. Informan 2 juga berpendapat pesan yang ingin disampaikan untuk menggambarkan pekerjaan PR seperti tugas dan fungsinya namun ditambah dengan penggambaran konflik yang berbeda antara di Korea dan Indonesia. berikut penjelasan informan 2 :

*“kalo aku liat sih sebenarnya mereka itu kebanyakan menyoroti bagaimana sih tokoh utama ini beradaptasi dari kerjaan yang lama kepada kerjaan yang baru begitu loh, jadi kaya aku lebih ditunjukin kaya dia menghadapi berbagai macam masalah yang menurut aku sebenarnya gak begitu begitu banget maksudnya kaya di Indonesia itu gak seperti itu begitu loh kenyataannya ada perbedaan yang menonjol begitu antara di serial, kaya wartawan atau media nya kaya kurang kerjaan banget kaya ingin musuhin mulu sama si Seyong begitu loh” (I-2)*

Berbeda dari informan 2. Informan 3 mampu memahami pesan yang disampaikan cerita dalam serial Korea Race yakni tentang persaingan yang terjadi di tempat kerja dan menjadi PR harus kerja keras serta menggambarkan bahwa PR itu penting di sebuah perusahaan. Berikut penjelasan informan 3 :

*“pesan yang ingin disampaikan nya ini kaya adanya persaingan di tempat kerja jadi ngasih tahu ke kita bahwa di serial ini adanya persaingan di lingkungan kerja. kita itu sebagai PR harus kerja keras dan penuh ketekunan, Yaa yang aku tangkep sih emangg mau ngegambarin dan sampein pesan bahwa PR itu penting loh” (I-3)*

Berbeda dari informan 3. Informan 4 mampu memahami pesan yang disampaikan cerita dalam serial Korea Race yakni tentang tugas dan fungsi PR di sebuah perusahaan, pesan bahwa seorang PR harus bisa survive dan berjuang untuk menghadapi tekanan atau permasalahan yang ada. berikut penjelasan informan 4 :

*“pesan yang ingin disampaikan yaa mel apa yaa. Sebenarnya yang saya tangkep after saya nonton serial itu sih lebih ke membahas tugas dan fungsi PR. ya sebagai PR dari agency kecil ke perusahaan besar ya harus survive sih jadi jangan gampang nyerah gitu loh sama tekanan atau permasalahan yang ada.” (I-4)*

Selanjutnya, keempat informan dapat menjelaskan konflik yang ingin disampaikan di serial Korea Race. Seperti halnya informan 1 dapat memahami konflik yang disampaikan di serial Korea Race yakni konflik mengenai top level management yang memang ada kepentingan pribadi seperti perebutan kekuasaan.

Konflik di serial Race terjadi di kehidupan nyata informan 1. Berikut adalah penjelasan informan 1 :

*“sebenarnya konfliknya klasik dan itu sering banget terjadi di perusahaan – perusahaan manapun yang membutuhkan atau memperkerjakan para praktisi PR dan rata – rata itu memang a top level management yang punya issue entah isu nya ada pembagian keuntungan yang mungkin kurang fair. itu memang terjadi sih kalau untuk permasalahan yang ada di serial Race itu beneran terjadi lah di dalam kehidupan kakak, dan hm di dalam karir track nya para praktisi PR.” (I-1)*

Berbeda dari informan 1. Informan 2 mampu memahami konflik yang ingin disampaikan di serial Korea Race yakni mengenai kecurangan saat pitching. Informan 2 juga merasakan perbedaan saat pitching di serial Race dengan dunia nyata. Berikut penjelasan informan 2:

*“ya paling konflik seperti misalnya kaya dia eee apa namanya ada waktu dimana dia ada scene adegan dimana dia itu dipercaya buat presentasiin ide nya didepan apa namanya petinggi petinggi seyong begitu kan untuk strategi promosi tapi kemudian sudah ditentukan pemenangnya siapa begitu loh itu kaya menurutku disini kejadian tapi jarang, kalo disini itu lebih fair cara mainnya itu lebih fair. misalkan kita pitching terus ide kita memang bagus dan efektif terus promotif dan menjawab permasalahan begitu ya solubtif lah ibaratnya itu itu pasti bakalan terpilih begitu loh sebenarnya kalo kita lagi pitching pitching begitu sih gak sampe 3 pihak yang terlibat begitu loh” (I-2)*

Berbeda dengan informan 2. Informan 3 dapat memahami konflik yang disampaikan di serial Korea Race yakni mengenai konflik yang kompleks dan banyak. Konflik internal dan eksternal di Race yang memang akan terjadi ketika bekerja di bidang public relations. Berikut penjelasan informan 3 :

*“konfliknya banyak ya, selesai satu konflik ada lagi konflik lain. tapii ya konfliknya menurut aku memang terjadi sih ketika menjadi PR, kaya mengenai manajemen reputasi, permasalahan internal, permasalahan publisitas, promosi atau event. Ya masalahnya sih sebenarnya memang terjadi di kehidupan nyata. Pokoknya konfliknya kompleks kaya gambarin konflik adanya persaingan di internal diantara karakter utama dengan rekan kerjanya, diskriminasi, dan ketidakadilan” (I-3)*

Seperti informan 3. Informan 4 dapat memahami konflik yang disampaikan di serial Korea Race yakni mengenai banyak konflik internal ataupun eksternal yang juga terjadi di kehidupan nyata dan kecurangan perusahaan. Berikut penjelasan informan 4 :

*“Hmm konflik nya sih banyak ya seingat saya, karena ada konflik internal, konflik eksternal, isu yang merusak reputasi perusahaan, konflik internal nya seperti ada perebutan jabatan atau kekuasaan, Lalu adanya kecurangan juga, ya lebih*

*menggambarkan konflik yang sering terjadi di PR sih seringnya ya citra perusahaan” (I-4)*

Selanjutnya, keempat informan dapat mengetahui serial Korea Race ini berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations. Seperti halnya informan 1 yang mengetahui bahwa serial Korea Race ini berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi Public Relations untuk memberikan gambaran bagaimana kerja di PR. Berikut penjelasan informan 1 :

*“ee yes kalo itu tu dijelasin juga di summary drakor itu sendiri itu juga jadi salah satu daya tarik ya buat penonton, jadi bisa hm apa ya ada pengetahuan informasi dan konvergen lah bagaimana sih kalo kita kerja as a PR di industri Korea, itu itu bisa diambil dari serial Race.” (I-1)*

Sama seperti informan 1. Informan 2 mengetahui serial Korea Race ini berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations, karena isu yang diangkat di serial Race sama dengan isu yang sedang diangkat oleh PR di Indonesia yaitu mengenai ESG. Berikut penjelasan informan 2 :

*“iyaa karena jujur saja isu isu yang diangkat itu isu yang sama ini sama yang lagi diangkat PR PR Indonesia yang lagi concern, praktisi praktisi PR Indonesia ini itu lagi concern banget sama ESG” (I-2)*

Sama seperti informan 2. Informan 3 mengetahui serial Korea Race ini berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations namun tidak terlalu menampilkan terus menerus tugas dan fungsi pada PR saja melainkan dicampuri oleh peran PR dalam menyelesaikan permasalahan. Berikut penjelasan informan 3 :

*“kalo itu menurutku sih iya, cuman serial race ini gak terlalu nampilin banget terus terusan mengenai tugas dan fungsi PR nya, kaya race ini itu menyoroti bagaimana sih pemeran di race menjalankan peran mereka di bidang PR dan bagaimana sih mereka menangani banyak tantang yang muncul di perusahaan sebagai praktisi PR begitu loh, eee jadi ada gambaran tugas dan fungsi tapi dibumbui dengan cerita cerita lainnya untuk menarik perhatian penonton” (I-3)*

Sama seperti informan 3. Informan 4 mengetahui serial Korea Race ini berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations karena menggambarkan pemeran – pemeran menjalankan tugas dan fungsi PR serta penyelesaian konflik. Berikut penjelasan informan 4 :

*“ohh iya dong jelas, bahkan ketika nonton saja itu saya sebagai Alumni dari Jurusan Ilmu Komunikasi mengetahui ohh ini tugas PR di serial kaya begini, ohh ini peran atau fungsi PR di serial seperti ini. ya memang kan ini serial menggambarkan PR ya tentunya akan ada penyampaian mengenai tugas dan fungsi nya, penyelesaian konflik pun itu kan merupakan tugas dari seorang PR” (I-4)*

Selanjutnya, keempat informan dapat menjelaskan pendapat mengenai penggambaran konflik realitas praktisi PR yang ada pada serial Race. Seperti halnya informan 1 dapat menjelaskan pendapatnya mengenai penggambaran konflik realitas PR yang ada pada serial race yakni konflik nya dekat dengan praktisi PR mengenai top level management, internal dengan rekan kerja, dan eksternal dengan media. Berikut penjelasan informan 1 :

*“kalo untuk konflik nya sendiri sebenarnya sih hmm dekat juga ya dengan para praktisi PR kaya yang sudah aku elaborate sebelumnya. rata rata praktisi PR itu bentrok nya hanya di top level management atau kalo misalkan di agency itu berhubungan dengan klien dan request – request dari brand hmm atau perusahaan itu sendiri yang lagi di handle atau teman – teman media teman teman jurnalis biasanya itu itu saja problemnya praktisi PR” (I-1)*

Sama seperti informan 1. Informan 2 dapat menjelaskan pendapatnya mengenai penggambaran konflik realitas PR yang ada pada serial Race yakni konflik internal dan kesalahan strategi publisitas. Berikut penjelasan informan 2 :

*“kaya yang tadi aku bilang begitu loh kaya misalnya ada perselisihan antar petinggi petinggi eksekutif di Seyong. Terus kemudian masalah apa ya ohhh kaya si apa ya perdebatan antara program ini cocok gak dengan ini terus kaya kemudian kayanya eee kamu tahu ga sih yang pas eee apa sih namanya aku lupa deh publisitas, strategi publisitas nya itu menurut bu eksekutif nya itu sudah kuno begitu sudah old kalo dipake jaman sekarang begitu kan sudah gak relevan lagi dengan zaman yang sekarang lebih refered itu ya kita seharusnya lebih bisa kreatif lagi begitu loh” (I-2)*

Sama seperti informan 2. Informan 3 dapat menjelaskan pendapatnya mengenai penggambaran konflik realitas PR yang ada pada serial Race yakni tekanan dari atasan hal tersebut merupakan konflik yang memang akan dihadapi oleh PR di dunia nyata, seperti konflik manajemen krisis, hubungan media dan etika PR. Berikut penjelasan informan 3 :

*“untuk penggambaran konflik realitas PR dalam serial race ini si bisa ngasih beberapa pandangan dan realistis tentang tantangan yang dihadapi di PR ini kaya yang sudah aku jelasin tadi ya Race ini itu ngegambarin konflik apa saja sih yang dihadapi oleh praktisi*

*PR kaya manajemen krisis, hubungan media, etika, Ya menurutku sih konflik yang digambarkan memang konflik yang akan dihadapi oleh PR” (I-3)*

Sama seperti informan 3. Informan 4 dapat menjelaskan pendapatnya mengenai penggambaran realitas PR yang ada pada serial Race yakni konflik yang akan dihadapi oleh PR di dunia nyata terkait dengan manajemen konflik, krisis reputasi, konflik internal dan eksternal serta penggambaran PR dalam penyelesaian konflik. Berikut penjelasan informan 4 :

*“penggambaran mengenai konflik PR di Race ya ini sih yang saya tangkap bisa memberikan beberapa gambaran mengenai konflik apa saja sih yang dihadapi seorang PR, kalo di serial Race itu kan adanya manajemen konflik, krisis reputasi, konflik internal dan eksternal. Wah complicated deh ya jadi melalui serial ini pasti yang nonton akan langsung tergambarkan kaya ohh ini permasalahan yang dihadapi oleh PR, konflik nya ini dan mengatasi nya seperti ini. menurut pendapat saya memang konfliknya seru sih ya haha karena menantang, ada mengenai citra perusahaan, lalu internal kaya karyawan nya gitu mell” (I-4)*

Tabel 4. 2 Pemahaman Terhadap Serial Drama Korea Race

Deskripsi	Alline (I-1)	Raisa (I-2)	Elin (I-3)	Annisa (I-4)
Menceritakan secara singkat alur cerita serial drama Korea Race	Perbedaan pekerjaan praktisi PR di perusahaan kecil dan perusahaan besar, sehingga memiliki perbedaan beban pekerjaan. Lalu adanya konflik yang digambarkan	Suka duka kehidupan pekerja kantoran, penggambaran mengenai praktisi PR yang melewati segala tantangan rintangan budaya organisasi yang berbeda – beda.	Menceritakan mengenai permasalahan dan konflik yang terjadi di serial Race mengenai program perekrutan tanpa kualifikasi	Penggambaran proesi PR mengenai suka duka pekerja kantoran, konflik yang beragam perbedaan pola kerja di perusahaan kecil ke perusahaan besar
Pendapat mengenai alur cerita dalam serial drama Korea Race	Menonton karena ingin mengetahui penggambaran PR seperti apa di Korea	Penggambaran profesi PR namun ada perbedaan di skema bekerjanya dan ruang lingkup pekerjaan.	Penggambaran tugas dan fungsi PR namun konflik nya berlebihan	Penggambaran tentang PR mengenai PR digital, Konvensional, dan konflik yang digambarkan complicated sehingga memperlihatkan suka duka menjadi PR
Pesan yang disampaikan dalam serial drama Korea Race	Keilmuan PR	Beradaptasi dalam pekerjaan baru dan siap menghadapi berbagai macam masalah yang ada	Persaingan yang terjadi di tempat kerja dan bekerja keras di bidang PR	Tugas dan fungsi PR serta berjuang untuk menghadapi tekanan atau permasalahan yang ada
Konflik yang disampaikan dalam serial drama Korea Race	Top level management, Kepentingan pribadi, Perebutan Kekuasaan	Kecurangan saat pitching	Manajemen Reputasi, Permasalahan Promosi atau event, Konflik internal dan eksternal,	Konflik Internal, Isu yang merusak reputasi perusahaan, Konflik Eksternal, Perebutan Jabatan

Mengetahui bahwa serial drama Korea Race berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi PR	Mengetahui, karena dari summary drakor nya sudah menggambarkan mengenai tugas dan fungsi PR dan bisa mendapatkan pengetahuan informasi mengenai kerja PR di Korea	Mengetahui, penggambaran isu – isu nya pun sama yang sedang diangkat di Indonesia yaitu mengenai ESG. Dan penyelesaiannya menerapkan tugas dan fungsi PR	Diskriminasi dan Ketidakadilan Mengetahui, karena menggambarkan tugas dan fungsi PR, menangani banyak tantangan yang muncul di perusahaan sebagai praktisi PR, namun memang dibumbui dengan cerita lain untuk menarik penonton	atau Kekuasaan, Kecurangan Mengetahui, karena ketika menonton saja bisa mengetahui bahwa memang ini menggambarkan tugas dan fungsi PR dan konflik yang digambarkan merupakan tugas dari seorang PR.
Menjelaskan pendapat mengenai penggambaran konflik realitas PR pada serial drama Korea Race	Konflik yang dekat dengan PR, seperti konflik top level managemt, internal dengan rekan kerja, eksternal dengan media atau klien	Konflik yang memang akan dihadapi oleh PR seperti konflik internal, kecurangan dan kesalahan strategi publisitas	konflik yang memang akan dihadapi oleh PR di dunia nyata, manajemen krisis, hubungan media dan etika PR	Konflik yang memang dihadapi oleh PR di dunia nyata, manajemen krisis, konflik, reputasi, konflik internal dan eksternal

Sumber : Olahan Peneliti

Drama serial adalah bagian dari media massa yang dapat berfungsi sebagai sumber informasi yang diakses oleh masyarakat untuk membentuk pemahaman dan perspektif mengenai realitas sosial, baik secara individual maupun kolektif (Wulandari, 2019). Serial memiliki kapasitas untuk merepresentasikan realitas dan menyampaikan pesan kepada penonton. Serial telah menjadi salah satu bentuk hiburan yang populer dalam masyarakat modern. Seiring waktu, serial juga telah digunakan sebagai sarana propaganda (Fatimah, 2022). Kehadiran serial dalam konteks komunikasi massa sangat penting karena dapat mencapai audiens dengan cepat dan dalam jumlah yang besar. Serial memiliki kekuatan untuk memengaruhi penontonnya, yang mengakibatkan proses negosiasi dalam menerima pesan yang ingin disampaikan.

Drama serial berperan sebagai media massa sehingga berguna untuk mengirimkan makna melalui simbol – simbol visual. Simbol – simbol ini bisa berupa gambar – gambar yang dipresentasikan dalam drama serial (Segara, 2017). Pesan dalam sebuah drama serial dipengaruhi oleh narasi cerita dan cara visualisasi yang digunakan, yang kemudian disampaikan kepada para penonton. Kesimpulan dari penjelasan tersebut adalah bahwa drama serial juga berperan sebagai sarana atau medium untuk menyampaikan ide ke khalayak secara luas, terutama melalui media massa. Pesan yang disampaikan dapat bervariasi tergantung pada maksud

dari pembuat drama serial tersebut. Pesan yang diterima dapat dipahami oleh audiens juga akan beragam tergantung pada karakteristik individu masing – masing. Hal ini pun selaras dengan keempat informan yang telah menonton serial korea Race dari episode 1 hingga episode 12 sesuai dengan kriteria informan dalam penelitian sehingga informan dapat memahami pemaknaan serial Race secara berbeda sesuai pesan yang disampaikan dalam serial.

Menonton adalah suatu aktivitas yang memerlukan perhatian mendalam terhadap objek. Intensitas meliputi kualitas konsentrasi, seberapa sering, dan seberapa dalam perhatian yang diberikan terhadap objek. Intensitas menonton televisi mencakup frekuensi menonton, durasi, serta konsentrasi selama menonton. Intensitas juga mencerminkan seberapa kuat pendapat atau sikap seseorang. Intensitas diukur dari seberapa dalam responden memahami informasi (Hutarin , 2021). Hal ini pun selaras dengan keempat informan yang telah menonton serial dari episode 1 hingga episode 12 dengan frekuensi menonton yang berbeda setiap informan. Informan 1, 3 dan 4 menonton serial Race ini ketika weekend dan sedang melakukan aktifitas. Sedangkan informan 2 menonton serial Race ini tanpa melakukan aktifitas apapun. Dalam hal ini pemaknaan keempat informan dapat berbeda sehingga dapat mempengaruhi posisi pemaknaan informan dalam pesan.

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa keempat informan telah mengetahui dan dapat menjelaskan mengenai alur cerita dari serial korea Race, bahkan keempat informan dapat menjelaskan pesan yang ingin disampaikan dalam serial Race. Keempat informan juga dapat menjelaskan konflik yang digambarkan dalam serial Race. Informan 3 pernah mengalami konflik eksternal dimana ada permasalahan dengan aplikasi crypto adanya penggunaan kalimat atau kata yang dilarang atau tidak bisa digunakan, sehingga sebagai PR juga harus memiliki data penggunaan kalimat atau kata yang bisa digunakan sesuai dengan regulasi pemerintah.

Kemudian, dari keempat informan menjelaskan bahwa konflik yang digambarkan di serial Race juga merupakan konflik yang akan dialami oleh tiap praktisi PR, seperti konflik internal dan eksternal, top level management, kesalahan publisitas dan manajemen reputasi. Keempat informan memahami penggambaran dari serial Race sehingga bisa menceritakan mengenai pemahaman masing –

masing terhadap alur, pesan, konflik. Berdasarkan uraian tabel diatas maka dapat dikatakan bahwa keempat informan ini mengetahui tentang alur serial, hal ini tersampaikan dalam penjelasan informan mengenai alur, pesan, konflik, interaksi sosial dimana informan memaknai secara beragam sesuai faktor kontekstual yaitu pengalaman individu yang dimiliki oleh keempat informan.

#### **4.2.2 Pengalaman Di Dunia Praktisi Public Relations terkait Tugas dan Fungsi PR**

Pengalaman praktisi Public Relations terkait tugas dan fungsi PR bahwa keempat informan dalam penelitian ini dapat menjelaskan terkait tugas dan fungsi PR yang dikerjakan. Hal ini akan diuraikan satu persatu pengalaman terhadap tugas dan fungsi PR berdasarkan hasil wawancara dengan informan 1, informan 2, informan 3, dan informan 4 dalam penelitian ini. Setiap informan memiliki pengalaman yang berbeda mengenai tugas dan fungsi PR. Seperti halnya informan 1 bahwa dapat menjelaskan dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai praktisi PR yakni harus berpikir kritis, selalu standby, up to date dengan timeline, memenuhi keinginan klien, siap menghadapi jam kerja yang tidak sesuai karena PR ini pekerjaan yang keras. Berikut penjelasan informan 1 :

*“di dunia PR itu sendiri karena kamu harus yang pertama cepet kamu harus berpikir kritis kamu harus siap sedia dan kamu mm gada namanya sabtu minggu itu kamu apa ya ah aku gabisa di hubungi ini karena lagi weekend soalnya dari apa yang sudah aku jalanin as a PR praktisi krisis itu gak mengenal waktu, request dari klien kalo lagi handle klien itu gak mengenal waktu, dan kita harus selalu up to date dengan timeline itu terus kita harus hmm stay in timeline dan juga pasti informasi yang akurat begitu jadi itu sih kalo dinamika dari aku.” (I-1)*

Berbeda dengan informan 1. Informan 2 dapat menjelaskan dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai praktisi PR yakni harus bisa menyamakan persepsi dengan klien, mengetahui dan membuat strategi yang akan digunakan dalam sebuah acara atau event. Lalu melakukan riset dan menjadi konseling untuk memberikan klien masukan, input atau arahan. Berikut penjelasan informan 2 :

*“kita harus tahu dulu objektifnya apa key message nya apa, terus kemudian goals akhirnya apa sih yang mau dia iniin gituu, kalo biasanya itu dikantor aku tuh awareness, terus reputasi, manajemen krisis, kemudian hmm ya reputasi sih sebenarnya yang lagi banyak itu tentang krisis yaa sama promosi peluncuran produk, brand awareness dan segala macam itu. kita harus bisa tetap ini si profesional dan memahami keinginan klien yang kaya walaupun kita sebagai konsultan disini tugas nya adalah memberikan dia eee masukan, input, arahan gituu ya untuk menyampaikan strategi komunikasi yang bener begitu tapi tetap saja kita harus dengerin maunya dia.” (I-2)*

Berbeda dengan informan 2. Informan 3 dapat menjelaskan dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai praktisi PR yakni harus menjadi titik tumpu komunikasi, memenuhi kebutuhan customer, menyampaikan informasi ke publik mengenai permasalahan yang terjadi di perusahaan dan menjawab pertanyaan yang ditanyakan publik serta menjelaskan strategi dalam menyelesaikan masalah dan dapat bekerja sama dengan tim divisi lainnya. Berikut penjelasan informan 3 :

*“menjalani tugas kita as a PR pertama kita itu adalah titik tumpu komunikasi jadi menjadi penting gituu, apa key message yang bisa memenuhi kebutuhan customer kita, apa yang kira kira menjadi permasalahan mereka nah itu kita coba meminimalisir. misalnya di awal ketika produk ini meluncur atau dirilis staking nya itu bunga nya 12% tapi seiring waktu karena ada perubahan dari dalam company staking nya turun ini jadi 7% misalnya yakan, nah bagaimana cara kita sebagai PR menyampaikannya ya kita kasih tahu bahwa penurunan bunga itu disebabkan oleh faktor faktor apa saja ini begitu misalnya,” (I-3)*

Berbeda dengan informan 3. Informan 4 dapat menjelaskan dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai praktisi PR yakni harus bisa mengetahui segalanya karena untuk menjawab dan menyampaikan jawaban mengenai pertanyaan masyarakat, mengatasi manajemen konflik dengan rekan kerja, ada perbedaan tugas diantara PR perusahaan dengan pemerintah namun tidak terlalu mencolok dimana PR perusahaan merupakan sumber informasi utama, sedangkan di pemerintahan jika terjadi permasalahan yang menjadi sumber informasi utama pimpinan daerahnya. Berikut penjelasan informan 4 :

*“menurut saya ya sebagai PR di pemerintahan agak berbeda dengan bidang PR seperti di perusahaan atau agency. Perbedaan yang mencolok sih cuman gamencolok banget sih memang sebagian besar pekerjaan dan tugasnya sama. misalnya kaya PR di perusahaan pertamina itu di pertamina biasanya mereka sebagai direktur komunikasi jadi kalo di pihak perusahaan itu lebih strategis karena biasanya ketika ada isu si PR pertamina itu langsung menjadi satu sumber sedangkan kalo PR di pemerintah isu yang dilempar media akan mencari eee pimpinan daerahnya begitu, Kalo untuk dinamika itu sebagai PR itu memang harus tahu segala galanya apalagi kalo di humas pemerintah daerah” (I-4)*

Pernyataan selanjutnya bahwa selain mereka menjelaskan dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai praktisi PR. Keempat informan dapat menjelaskan cara mereka melakukan management konflik dengan rekan kerja dalam melakukan aktivitas PR. Berikut penjelasan informan 1 :

*“untuk manajemen konflik kebetulan karena aku belajar komunikasi bertahun – tahun, biasanya aku akan coba discuss discuss. misalkan ini tergantung masalahnya ya seberapa besar dan seberapa berat begitu masalah tersebut. Kalau harus diselesaikan saat itu juga dan urgent, aku prefer untuk one on one session. Jadi kita ngobrol dan kita itu bisa menyampaikan pendapat.” (I-1)*

Informan 1 menjelaskan bahwa cara melakukan management konflik dengan rekan kerja yaitu dengan diskusi, namun tetap harus dipertimbangkan sebesar apa masalah yang ada. Jika masalah urgent tentunya akan melakukan one on one untuk menyampaikan pendapat dan sebagai PR harus bisa menyesuaikan dengan lawan bicara. Komunikasi dan diskusi cara terbaik ketika menghadapi management konflik. Sama seperti informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

*“misalkan kaya eee apa namanya rekan kerja aku itu lagi kebingungan buat milih konteks buat ngundang media atau buat bikin apa namanya talking points dan sebagainya begitu ya itu tuh pasti kita tuker pikiran kita open banget dengan namanya diskusi gitu loh diskusi sama tim jadi kaya sudah saling support banget sih antara aku dan rekan kerja lain itu gak ada namanya egosentris” (I-2)*

Informan 2 menjelaskan bahwa cara melakukan management konflik dengan rekan kerja yaitu dengan diskusi dengan tim dan saling membantu. Informan 2 mengatakan bahwa rekan kerjanya tidak memiliki sifat egosentris, sehingga satu sama lain saling support. Sama seperti informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

*“kalo untuk manajemen konflik sebenarnya itu sudah pasti ada ya cuman kan segala sesuatu yang namanya kita berhubungan dengan manusia itu semua ada levelnya konflik ini kan sekecil apapun bisa dikatakan sebagai konflik tapi levelnya seperti apa itu biasanya akan kita leveraging kalo dia masih cuman sekedar level level rendah ya, kaya ohh aku lebih senang seperti ini itu preferensi itu kita masih bisa obrolin di meeting biasanya nah ,diskus saja sebentar kira kira baiknya kaya bagaimana jadi kita sampaikan dari sisi PR itu kita itu kebutuhannya apa itu yang paling penting kebutuhan kita apa, apa yang kita harapkan seperti apa ekspektasi kita itu” (I-3)*

Informan 3 menjelaskan bahwa cara melakukan management konflik dengan rekan kerja yaitu dengan diskusi. Diskusi untuk membahas cara penyelesaiannya. Sama seperti informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

*“hmm manajemen konflik di internal yaaa saya rasa cenderung sedikit yaa konflik nya dengan teman teman karena kita bekerja secara tim gitu hand in hand gitu jadi semuanya saling membantu. masalah ini harusnya diambil jalan tengahnya dan diskusikan, paling gitu sih” (I-4)*

Informan 4 menjelaskan bahwa cara melakukan management konflik dengan rekan kerja yaitu dengan diskusi dan mengambil jalan tengah dari hasil diskusi. Selain yang mereka jelaskan cara melakukan management konflik dengan rekan kerja. Keempat informan juga dapat menjelaskan cara menanggulangi perbedaan pendapat dalam fungsi PR. Berikut penjelasan informan 1 :

*“iya, sebenarnya menjadi praktisi PR itu harus siap mendengarkan banyak perbedaan pendapat tapi harus bisa decision making pendapat mana yang kira kira paling make sense untuk kita implementasikan. Perbedaan pendapat itu pasti ada, cuman hm diantara perbedaan itu kita cari jalan tengah yang sekira nya balance dan banyak poin poin yang keangkut. kita pasti bisa cari jalan tengah nya hmm dengan discuss meski opini nya itu agak agak apa ya agak agak bersebrangan pasti kita bisa cari mana opini yang paling efektif yang bisa kita pakai begitu” (I-1)*

Informan 1 menjelaskan bahwa cara menanggulangi perbedaan pendapat yaitu dengan mencari jalan tengah ketika sedang diskusi. Praktisi PR harus siap mendengarkan, Informan 1 setuju bahwa dalam berdiskusi pasti akan selalu ada perbedaan pendapat tapi hal tersebut dapat diselesaikan dengan diskusi lalu mana pendapat yang lebih makesense dan efektif untuk diimplementasikan. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

*“kalo dengan tim rekan setim itu ya biasanya aku sih sudah punya opini yang sama ya sudah punya perspektif yang sama karena kita background nya sama sama PR jadi kita itu tahu mana informasi yang konteksnya konteksnya sudah mengandung nilai berita. jadi kita itu sudah punya kesamaan jadi aku jarang banget beda pendapat sama rekan kerja aku sama atasan aku karena kita tuh sudah punya persepsi yang sama sudah punya pemikiran yang sama. nah biasanya sama klien ini dan sama pihak ketiga dan sama media kita nyebutnya kan thirdparty begitu. Kalo sama thirdpart dan sama media itu kadang kita perlu mengkomunikasikan lebih dalam lagi tentang kebutuhan kita” (I-2)*

Informan 2 menjelaskan bahwa jarang merasakan perbedaan pendapat karena dengan tim PR sudah satu pemikiran dan persepsi. Perbedaan pendapat sering terjadi dengan klien sehingga sebagai tim PR harus berkomunikasi dan

mencari jalan tengah untuk melakukan cara yang terbaik dan efektif. Sama seperti informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

*“Kita cari jalan tengah, ohh dari mereka jalan nya seperti ini nihh. jadi semuanya ngobrol semuanya ituu harus di diskusikan untuk dicari jalan tengahnya gituu nah krisis juga sama ketika kita menghadapi krisis kita harus ngobrol, kunci dari PR itu adalah komunikasi jadi kita harus ngobrol jadi ketika kita menghadapi krisis” (I-3)*

Informan 3 menjelaskan bahwa cara menanggulangi perbedaan pendapat yaitu dengan diskusi dan mencari jalan tengahnya. Karena kunci dari PR adalah berkomunikasi. Sama seperti informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

*“perbedaan pendapat ya hmm biasanya dengan pimpinan sih hehehe, mungkin biasanya kalo dengan teman ya dengan teman setim itu biasanya kita satu pemahaman gituu, satu pemikiran gituu. , biasanya mereka pimpinan mungkin karena sudah biasa gituu, sudah lama berada di dunia pemerintahan, biasanya mereka umumnya langkah langkah penyelesaian nya berbeda dan kalo dari kami dari teman teman itu biasanya memberikan saran. Jadi palingan di cari jalan tengahnya dengan diskusi tim mel, cari jalan terbaik nya. Paling itu sih mell” (I-4)*

Informan 4 menjelaskan bahwa cara menanggulangi perbedaan pendapat yaitu dengan diskusi dengan pimpinan dan mencari jalan tengahnya yang terbaik. Karena perbedaan pendapat dengan sesama tim PR jarang terjadi. Selain yang mereka jelaskan cara menanggulangi perbedaan pendapat dengan rekan kerja dalam fungsi PR. Keempat informan dapat menjelaskan cara terbaik mereka untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media dan pihak lainnya. Berikut penjelasan informan 1 :

*“media itu pasti butuh banget bantuan hmm publikasi atau materi press kit dari PR untuk negelead artikel mereka pada hari itu jadi cara aku memaintance jurnalis adalah aku gak hanya menganggap mereka sekedar oh mereka dari media oh mereka dari jurnalis, oh mereka press partner begitu tapi aku menganggap mereka itu lebih dari itu, aku ngetreat mereka itu bener bener hm mungkin simple ya tapi aku ketika mereka lagi ada apa ya ngerayain ulang tahun aku ucapin sesimple aku inget keberadaan mereka. misalkan aku lagi merepresentasikan company PR aku akan coba kirim kirim media kit, parcel di hari hari tertentu” (I-1)*

Informan 1 menjelaskan bagaimana cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media yaitu dengan menganggap media ini lebih dari sekedar rekan kerja, memberikan perlakuan yang baik, lalu memberikan media kit atau parcel di hari hari tertentu dan berhubungan dengan media sangat penting karena untuk publikasi artikel atau materi. Informan 1 mengatakan bahwa

seorang PR dan media saling membutuhkan satu sama lain. Sama seperti informan

2. Berikut penjelasan informan 2 :

*“kalo sama media sih jelas kita harus transparan, kita tuh harus kasih informasi sebisa mungkin yang apa ya namanya berbasis kan data berbasis kan fakta kemudian harus informasinya valid gitu loh. karena media sebenarnya jadi corong ya maksudnya corong untuk kita menyampaikan informasi gitu kepada publik sesuai dengan fungsi nya juga media kan sebagai sumber informasi. ya ibaratnya media itu kaya apa ya namanya media itu kerannya kita itu selangnya begitu loh. jaman sekarang tuh kita gakaya hanya sama sekali berhubungan atau menjalin relasi sama media ajaa kita tuh juga sama komunitas sama regulator” (I-2)*

Informan 2 menjelaskan bagaimana cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media yaitu harus saling transparan mengenai pemberian informasi, informasi yang diberikan harus berbasis data, fakta dan informasi yang valid sesuai dengan hasil riset. Hubungan baik dengan media penting karena media berguna untuk menyampaikan informasi ke publik. Sama seperti informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

*“Jadikan mereka teman mereka itu juga orang yang sama seperti kita tidak ada yang membutuhkan satu sama lain secara lebih perusahaan butuh mereka, mereka juga butuh perusahaan begitu, Buat communicate segala sesuatu yang ada di perusahaan kita baik itu dari sisi produk atau dari sisi service. Jadikan mereka sebagai teman, jadi kita mengobrol sama mereka, kita bikin event sama mereka misalnya untuk menjalankan kondisi perusahaan kita terkini seperti apa terus juga ya kita mengakomodir lah ketika misalnya mereka punya pertanyaan kita usahakan untuk menjawab” (I-3)*

Informan 3 menjelaskan bagaimana cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media yaitu dengan menjadikan media sebagai teman. Karena saling membutuhkan satu sama lain untuk mengkomunikasikan semua informasi mengenai perusahaan. Sama seperti informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

*“membangun dan memelihara hubungan yang baik yaa hmm apa yaa kalo sejauh ini kan memang tidak ada secara langsung gitu PR pemerintah itu karena syaratnya memang media massa itu biasanya langsung berhubungan dengan tim lainnya, kalo dari kitanya paling terkait dengan pemesanan advetorial begitu jadi hubungan dengan media massa itu disini biasanya adalah kita menetapkan berita-berita yang ingin di publikasikan ke media massa itu nah itu biasanya hubungannya lebih ke sifat B2B bisnis to bisnis. (I-4)*

Informan 4 menjelaskan bagaimana cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media selama menjadi PR pemerintahan memang tidak ada cara yang khusus, PR Pemerintah menghubungi media untuk

pemesanan advertising agar berita yang dibuat tim PR bisa di publikasikan ke media massa. Informasi yang ingin disampaikan bisa langsung disampaikan ke publik melalui media. Selain dapat menjelaskan cara terbaik untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan media. Keempat informan dapat menjelaskan tantangan terbesar saat ini dalam bekerja di bidang public relations. Berikut penjelasan informan 1 :

*“mungkin tantangan terbesarnya adalah karena aku perempuan dan dunia PR itu adalah dunia dimana kamu itu harus standby dan benar benar up to date dengan company apapun atau klien manapun yang kamu lagi representasikan, yang lagi kamu handle. Kamu benar benar harus tahu banget banget aspek pemberitaan yang mungkin bahkan bukan ranah kamu. salah satu yang tricky dan jam kerja di dunia PR itu sebagai PR kita itu gabisa expect hmm normal normal saja kadang itu di hari kerja even aku sudah kelar jam kerja eh tiba tiba ada sesuatu ini kaya harus aduh bikin presscon segera, aduh harus segera distribusi rilis, aduh harus segera bikin standby statement karena bakalan ada isu yang harus di klarifikasi. Itu sih yang challenging karena kan mm untuk perempuan itu biasanya ada fikiran untuk ah mungkin agak calmdown sejenak di karir, waktunya buat keluarga dan sebagainya.” (I-1)*

Informan 1 menjelaskan tantangan terbesar saat ini dalam bekerja di bidang public relations adalah ketika bekerja di PR harus standby dan mengetahui segalanya tentang klien yang di handle. Tantangan selanjutnya adalah jam kerja yang tidak sesuai. Berbeda dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

*“tantangan terbesarnya karena kebetulan aku juga baru berusaha jadi konsultan ini kan baru beberapa bulan ini kan sebelumnya tuh paling kaya ngurusin nya media doang gitu hubungan sama media, ngurusin konten konten untuk media, tapi kalo sekarang itu tantangan terbesar itu ya karena sekarang PR itu gak hanya menjalin hubungan dengan media tapi banyak stakeholders lain yang kita harus payattention sama mereka gitu loh kaya yang tadi aku bilang ada regulator, pemerintah, kemudian ada komunitas. itu sih jadi kaya lebih kepada memaintance hubungan dengan stakeholders yang super banyak ini, banyak yang harus kita perhatiin kan apa namanya ruang lingkup pekerjaan nya gitu” (I-2)*

Informan 2 menjelaskan tantangan terbesar saat ini dalam bekerja di bidang public relations adalah ketika baru bekerja di bidang PR tantangan nya berurusan dengan media. Lalu tantangan terbesar lainnya juga harus menjalin hubungan dengan stakeholders lainnya seperti pemerintah dan komunitas. Sehingga seorang PR harus bisa memberikan perhatian lebih ke stakeholders. Sama seperti informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

*“hmm tantangan terbesar dalam bidang public relations saat ini yaa hmm apaa yaa kalo menurut aku sebenarnya lebih kepada mungkin kita punya relationship yang kuat ya*

*dengan media media yang cetak tapi media digital lebih cepet updatenya gituu, menurutku lebih kepada needtime sih jadi memang kita harus segala suatu tuh harus cepet semuanya harus cepet kita menanggapi semua harus cepet kita menanggapi semua dengan cepat dan tepat sasaran, ya semua harus efektif dan efisien gituu” (I-3)*

Informan 3 menjelaskan tantangan terbesar saat ini dalam bekerja di bidang public relations saat ini adalah memiliki hubungan yang kuat dengan media cetak dan digital. Namun proses publikasi di media cetak sangat panjang prosesnya. Lalu sosial media menjadi salah satu tercepat dalam penyebaran informasi atau isu, maka seorang PR harus bekerja lebih cepat lagi untuk menanggapi isu dengan cepat, tepat sasaran, dan efektif. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

*“tantangan yaa hmm lebih ke media sosial sih, karena ya itu yang sudah saya sebut tadi kan media sosial itu informasinya itu sangat bias begitu, kemudian suka update informasi informasi yang kadang positif tapi ya lebih banyak negatifnya hehe biasanya menggiring opini untuk akun akun seperti itu Jadi ya tantangannya paling tantangannya di media sosial sih mell, karena sudah begitu banyak sekali ya informasi informasi palsu sedangkan kita harus mengcompare mereka buat media sosial” (I-4)*

Informan 4 menjelaskan tantangan terbesar saat ini dalam bekerja di bidang public relations adalah terkait dengan media sosial, karena saat ini informasi di media sosial sangat bias dan cepat menyebar, sehingga dapat berdampak buruk untuk citra Kota Tangerang Selatan. Banyak akun – akun yang membawa pemberitaan buruk mengenai kota tangerang selatan sehingga itu menjadi tantangan PR di pemerintah kota tangerang selatan. Selain dapat menjelaskan tantangan terbesar saat ini dalam bekerja di bidang public relations. Keempat informan dapat menjelaskan tugas dan fungsi yang biasa mereka kerjakan sebagai praktisi Public Relations. Berikut penjelasan informan 1 :

*“sudah pasti ya membuat pressrelease, lalu standing pressconference. Karena kebetulan di digital agency itu kita bikin presconference nya itu inhouse, presscon dan mediagathering itu hampir sama kita undang teman – teman media lalu kita audience nya bareng, silaturahmi bareng. hal – hal lain yang pastinya adalah request – request press material yang tertulis seperti hm factsheet, atau artikel, Lalu pastinya beraudiensi juga dengan rekan – rekan dari pemerintahan, dari kementerian, rekan – rekan media dan jurnalis pastinya” (I-1)*

Informan 1 menjelaskan tugas dan fungsi yang ia kerjakan sebagai praktisi PR yaitu membuat pressrelease dan pressconference, membuat factsheet dan artikel, hubungan media dan penempatan media yaitu berhubungan baik dengan rekan – rekan media dan jurnalis. Public affairs yaitu beraudiensi dengan rekan –

rekan dari pemerintahan dan kementerian. Handling publikasi untuk media online dan digital, menyelesaikan management krisis dengan cepat agar tidak membawa dampak buruk untuk perusahaan. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

*“untuk fungsi nya itu kita sebagai penyedia jasa kan kita itu pasti diminta sama klien bantuin klien buat merumuskan strategi komunikasi yang tepat kemudian membangun hubungan dengan pihak pihak terkait stakeholder. fungsi dan tugasnya kita kaya ngelobby itu udh paling penting banget ya, ngelobby media, ngelobby regulator, ngelobby pihak pihak ketiga dan sebagainya itu itu sudah penting banget kemudian tugasnya juga harus dekat banget sama riset karena kita itu pasti berangkat dari data kan, gamungkin gak berangkat dari data. fungsi dan tugasnya itu tuh jelas kita apa namanya harus membentuk suatu situasi dimana klien kita itu bisa menjalankan fungsi komunikasi dengan baik sesuai dengan objektif mereka gitu.” (I-2)*

Informan 2 menjelaskan tugas dan fungsi yang ia kerjakan sebagai praktisi PR yaitu untuk membuat strategi komunikasi yang tepat untuk klien, membangun hubungan dengan pihak stakeholders, bertugas untuk ngelobby yang berhubungan dengan perusahaan, melakukan riset, sebagai PR harus bisa memberikan saran kepada klien (konseling). Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

*“kalo aku karena kita di inhouse jadi bener bener semuanya. segala sesuatu yang dilakukan oleh perusahaan itu semua kan harus ada komunikasi kepada user sekecil apapun itu dampaknya. kedua kalo ada perilisian produk berarti kita yang siapin strateginya, mulai dari nanti kita sudah siapin bikin usernya, bikin launchingnya akan seperti apa kemudian apa saja produknya pokoknya strateginya yang bener end to end jadi dari awal bikin strateginya. berapa banyak media yang mau kita undang, nah begitu nanti seluruh prosesnya kita siapin bersama dengan tim agency kita siapin juga merchandise merchandise nya gitu. nah kalo mediakit itu untuk media yang dateng” (I-3)*

Informan 3 menjelaskan tugas dan fungsi yang ia kerjakan sebagai praktisi PR di perusahaan inhouse yakni mengerjakan segala sesuatu yang dibutuhkan perusahaan dan user. Mengurus perilisian produk, membuat strategi, membuat presscon dari awal hingga akhir, menentukan keymessage, berhubungan dengan media, mengurus mediakit untuk media yang hadir. Sama seperti informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

*“dua pekerjaan utama yang pertama itu adalah mengolah konten dan merencanakan untuk ke media komunikasi publik terkait semua program yang dilakukan oleh pemerintah kota tangerang selatan lalu dikemas dalam bentuk berita maupun infografis ataupun video berita dan dipublikasikan melalui media sosial seperti instagram humaskotatangsel maupun juga di kanal pemerintah kota tangerang selatan dan juga di website berita.tangerangselatann satu pekerjaannya lagi adalah mengelola hubungan relasi*

*dengan media massa itu baik media massa cetak, media massa elektronik gituu. Kemudian dan juga dengan media online gituu baik media online seperti tribun, detik.com. Jadi ya bikin release juga artikel juga gituu sih.” (I-4)*

Informan 4 menjelaskan tugas dan fungsi yang ia kerjakan sebagai praktisi PR di pemerintahan ada dua pekerjaan utama yaitu mengolah konten dan merancang untuk ke media komunikasi publik terkait program yang dilakukan oleh pemerintah. Membuat infografis atau video berita dan dipublikasikan ke media sosial. Lalu mengelola hubungan relasi dengan media massa baik cetak maupun elektronik dan media online. Lalu membuat release dan artikel. Selain menjelaskan tugas dan fungsi yang dikerjakan sebagai praktisi PR. Keempat informan dapat menjelaskan strategi yang mereka terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media. Berikut penjelasan informan 1 :

*“strategi sebenarnya sih standar ya emm kita drafting pressrelease terus kita distribusiin ke teman teman media lalu hmm kita sebar rilis itu namun sudah disetujui oleh hmm narasumber yang dikutip yang jadi informan, atau memberikan statement dalam memberikan pressrelase tersebut. Lalu mungkin kita koordinasi sedikit lah dengan teman teman media terus regulation untuk menerbitkan pressrelease as artikel itu seperti apa biasanya begitu sih kalo untuk penyebaran informasi kepada media.” (I-1)*

Informan 1 menjelaskan bahwa strategi yang mereka terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media dengan drafting pressrelease yang sudah dibuat dan dikirimkan ke teman – teman media untuk penyebaran release namun sudah harus persetujuan pihak narasumber yang memberikan statement dalam pressrelease tersebut. Setelah itu berkoordinasi dengan teman – teman media mengenai regulasi untuk penerbitan pressrelease tersebut. Sama seperti informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

*“sebelum informasi itu disebarkan ke publik informasi itu harus banget akurat dan valid, kita gaboleh yang namanya merekayasa data, terus kita juga harus komunikatif juga sih ya banget” (I-2)*

Informan 2 menjelaskan bahwa strategi yang mereka terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media dimana sebagai seorang PR harus memastikan informasi yang disebarkan ke publik itu merupakan informasi yang akurat dan valid, tidak merekayasa data. Lalu memilih media mana yang digunakan untuk penyebaran informasi. Menggunakan konsep SCMR untuk

mengelola dan menyebarkan informasi ke publik. Sama seperti informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

*“strategi nya sudah pasti kita communicate all the key, kita communicate the key message lewat channel channel komunikasi kita jadi komunikasi komunikasi itu bisa lewat sosial media misalnya kita punya di crypto di sheetmask itu kita punya telegram kita punya instagram punya twitter, tiktok, facebook, dan itu kita komunikasikan semua di sosial media itu. kemudian untuk beberapa hal yang misalnya penting yang memang kaya launching atau finding nah itu kalo memang dibutuhkan kita pakai media jadi kita bisa kirim rilis pers.” (I-3)*

Informan 3 menjelaskan bahwa strategi yang mereka terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media yaitu dengan berkomunikasi. Sebagai PR inhouse di crypto terdapat channel – channel komunikasi yang sudah disiapkan seperti media sosial, telegram, tiktok, instagram, dan facebook. Berhubungan dengan media untuk mengirimkan pressrelease ke publik ketika ingin launching. Sama seperti informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

*“strateginya memang biasanya hmm berita berita yang butuh dikemas itu kan misalnya kemarin kita ada dari walikota dan wakil walikota itu kesulitan untuk pembangunan jadi dari program yang itu nah biasanya kita ada pemilihan pemilihan tayangan kaya apa saja pencapaian pencapaian pembangunan dan juga prestasi penghargaan yang di terima kota tangerang selatan nah itu diliput dan biasanya untuk berita nasional. Ya pokoknya yang bersifat nasional itu kita sebar kan lagi lewat media media massa nasional begitu” (I-4)*

Informan 4 menjelaskan bahwa strategi yang mereka terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media yaitu berita – berita yang sudah perlu dikemas. Program yang dijalani oleh pemerintah tangerang selatan dipilih untuk dijadikan berita seperti apa, mengenai pencapaian dan prestasi penghargaan yang diterima Kota Tangerang Selatan setelah diliput lalu disebarkan melalui media massa nasional. Selain dapat menjelaskan strategi yang mereka terapkan dalam mengelola dan menyebarkan informasi kepada publik atau media. Keempat informan dapat menjelaskan ketika mereka menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat dari perspektif Public Relations. Berikut penjelasan informan 1 :

*“untuk nanganin sesuatu yang cepet butuh respons itu adalah dengan standby ya, standby dan kita juga punya tim PR yang ngajak dan kita bekerja sama yang baik antar tim jadinya kalo ada koordinasi yang membutuhkan apapun itu related to PR hm cepet realtime entah*

*itu informasi entah itu koordinasi, kerja sama susun rilis hmm ngonsepin media gathering atau presscon atau apapun itu yang urgent kita sudah bisa ready to go” (I-1)*

Informan 1 menjelaskan bahwa ketika menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat maka sebagai praktisi public relations harus selalu standby dan bekerja sama dengan tim. Sebagai PR harus bekerja cepat untuk susun rilis atau narasi agar bisa menjelaskan hal yang urgent untuk perusahaan. Sama seperti informan 2. Berikut penjelasan informan 2:

*“misalnya ini kaya balik lagi ya misalnya yang mau kita amplifikasi isu tentang sertifikasi halal gitu ya, eee maksudnya disini kan mungkin beberapa kaum non muslim gitu teman kita dari kalangan non muslim tuh tidak terlalu mendalami lah tentang sertifikasi halal, kita tuh harus bisa si menurut aku kita harus bisa membangun narasi narasi yang lebih umum yang lebih awam tapi tetap ada esensi nya tetap memenuhi nilai berita tetap memenuhi konteks konteks yang kita ingin sampaikan gitu loh” (I-2)*

Informan 2 menjelaskan bahwa ketika menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat maka sebagai PR harus bisa membuat narasi yang lebih umum namun tetap ada esensi dan memenuhi nilai berita yang memang mencakup konteks – konteks yang ingin tim PR sampaikan agar selesai. Sehingga sebagai PR harus mencari cara bagaimana bisa menyelesaikan isu tersebut dengan menggunakan media. Sama seperti informan 3. Berikut penjelasan informan 3:

*“tergantung krisisnya ini level nya seperti apa kalo memang level nya sensitif itu ya berarti memang kita harus standby kita harus obrolin dulu dengan tim gitu, jadi kaya aku bilang tadi dalam PR itu tidak pernah ada yang namanya one rules for all tapi yang terjadi adalah selalu setiap kali ada kasus apapun krisis apapun nah itu semua levelnya sama, kita selesaikan dulu di tim PR dan segala sesuatu yang dilakukan kita harus di review oleh tim leader dan tim complain dan public policy. Untuk menghindari terjadinya miskonsepsi, mispersepsi atau kesalahan di dalam kata sesuai dengan regulasi maupun undang undang yang ada yang berlaku di Indonesia gitu” (I-3)*

Informan 3 menjelaskan bahwa ketika menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat maka sebagai PR standby. Jika krisis yang terjadi sangat urgent maka PR harus standby dan siapkan jawaban mengenai pertanyaan publik. Menangani situasi yang sensitif tentunya harus berkomunikasi terlebih dahulu dengan tim agar sesuai dengan brief yang ada untuk menyelesaikan permasalahan, namun jika tim PR masih belum bisa menyelesaikan masalah tersebut. Sama seperti informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

*“dari kepala pimpinan atau kepala support begitu ya itu langsung ayo kita riset dan cari tahu untuk berita ini kira kira apa yang perlu dilakukan gitu. Kita semuanya diskusi gitu, biasanya dari pimpinan dulu sih yang mulai kasih saran mengenai kasus itu jadi ya kita komunikasi tim dulu dan merespons membantu untuk meluruskan permasalahan tersebut” (I-4)*

Informan 4 menjelaskan bahwa ketika menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat maka sebagai PR Pemerintahan biasanya dengan kepala pimpinan melakukan riset untuk mencari tahu mengenai isu tersebut. Lalu tim PR berdiskusi untuk membahas langkah apa yang perlu dilakukan. Selain menangani situasi yang membutuhkan penanganan yang sensitif atau respons cepat. Keempat informan ini dapat menjelaskan keterlibatannya dalam merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers lalu dapat menjelaskan peran informan dalam melakukan hal tersebut. Berikut penjelasan informan 1 :

*“iyaa, terlibat tentunya karena sebagai praktisi PR kita itu harus bisa handle bahkan mengorganisir pressconference tapi mungkin yang beda adalah beban pekerja dan segitanggung jawab nya ya.” (I-1)*

Informan 1 menjelaskan bahwa ia terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers. Ia mengatakan bahwa sebagai praktisi PR harus bisa handle dan mengorganisir pressconference. Sama seperti informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

*“kalo dibilang terlibat sih memang terlibat sih karena memang aku yang handle proyek ini dari hulu ke hilir nya, kita memperkenalkan dulu dan kalo misal program sudah berjalan tahunan sudah anuall begitu ya pas kita tuh buat kita ngeremind lagi. peran aku ya lebih ke kaya kita penyusunan narasi sih jadi kaya supaya kita bisa menjawab tuduhan tuduhan menjawab pertanyaan pertanyaan dari publik, membuat talking points. terus kemudiann menyerahkan yaa souvenir gitu ya namanya presskit, mediakit” (I-2)*

Informan 2 menjelaskan bahwa ia terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers. Membuat narasi dan talking points untuk konferensi pers serta menyediakan dan menyerahkan souvenir seperti presskit dan mediakit. Sama seperti informan 3. Berikut penjelasan informan 3:

*“kalo untuk acara itu biasanya end to end, kalo terlibat pernah juga kalo untuk konferensi pers. perannya seperti apa perannya itu end to end dari awal kita bikin kita inisial meeting*

*dulu kita kira kira mau bikin konsep seperti apa, apa objektif nya dari event ini kemudian kira kira jurnary nya akan seperti apa, kemudian budget nya berapa kaya gitu sih abis itu nanti kira kira apa saja kebutuhan nya siapa saja stakeholders nya yang harus dilibatkan dalam proses itu ” (I-3)*

Informan 3 menjelaskan bahwa ia terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers, ia mengatakan bahwa peran ia end to end. Dari awal proses pressconferen hingga akhir. Peran PR dalam merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers. Sama seperti informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

*“hmm ohh iya itu kalo konferensi pers untuk pemerintah daerah itu sangat jarang ya biasanya ee langsung turun saja ke lapangan. biasanya kalo konpers kan meja gitu di tata terus depan depan nya media media kan nah kalo kita engga seperti ituu sifatnya gak seperti ituu eee konpers itu paling setahun bisa kaya sekali dua kali ya. Cuman untuk mobilisasi media massa itu biasanya dari kita memang, kita mengundang media massa khusus untuk tangerang selatan. dari tim PR paling membantu mobilisasi untuk media massa nya saja gituu sih.” (I-4)*

Informan 4 menjelaskan bahwa ia terlibat dalam merencanakan dan melaksanakan konferensi pers, namun di pemerintahan tidak terlalu sering. PR membantu memobilisasi media massa dan mengundang media massa. Selain berperan dalam merencanakan dan melaksanakan konferensi pers. Keempat informan menjelaskan cara mereka memelihara citra baik perusahaan atau klien di mata publik sebagai PR. Berikut penjelasan informan 1 :

*“kalo untuk bangun reputasi pastinya kita harus tahu dulu, pahami dulu karakter hmm dan juga USP dari masing – masing brand atau klien atau company yang kita representasikan atau kita lagi handle begitu, setelah itu bisa explore angkat value value yang mungkin banyak orang belum tahu” (I-1)*

Informan 1 menjelaskan bahwa cara untuk memelihara citra baik perusahaan atau klien di mata publik sebagai PR harus tahu dan paham mengenai USP masing – masing perusahaan klien atau brand. dapat mengexplore untuk mengangkat value – value yang mungkin masih banyak orang belum tahu. Tentunya menjadi PR harus bisa membuat image, pemberitaan dan publikasi yang positif sehingga akan terus menunjukkan image positif dari perusahaan atau klien yang di handle. Sama seperti informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

*"Iya yang pasti sih hmm apa ya kita juga harus liat dan menganalisis dulu situasinya ya kita harus pandai pandai melihat situasi gitu kan, tapi kalo untuk caranya itu biasanya ada beberapa tahapan sih gitu kan kalo yang pertama itu mungkin kita identifikasi dulu"* (I-2)

Informan 2 menjelaskan bahwa cara untuk memelihara citra baik perusahaan atau klien di mata publik sebagai PR harus melihat dan menganalisis dulu situasinya. Informan 2 menjelaskan beberapa yang biasa dilakukan, pertama mengidentifikasi dulu terkait situasi dan permasalahan apa. Sama dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

*"kalo memelihara citra baik itu kan yang pertama harus sesuai dengan regulasi yang ada, itu yang paling penting karena citra yang baik itu bukan Cuma di mata user tapi juga di mata pemerintah as a stakeholders kan jadi kita harus sesuai dengan regulasi dan undang undang yang ada tidak menyalahi ketentuan yang berlaku terus juga yang menjalankan peraturan kaya misalnya di Indonesia itu kalo untuk crypto kalo dia sudah terdaftar dia itu harus ada yang namanya sistem know your customer jadi semacam proses verifikasi kalo di perbankan jadi itu harus ada di dalam produk kita, Dan tidak mengeluarkan statemen statement bersentimen negatif kaya begitu sih sebenarnya"* (I-3)

Informan 3 menjelaskan bahwa cara untuk memelihara citra baik perusahaan atau klien di mata publik sebagai PR harus sesuai dengan regulasi yang ada, karena sebagai PR inhouse perusahaan Crypto itu yang paling penting citra baik itu bukan di mata user saja tetapi di mata pemerintah sebagai stakeholders. Jadi sebagai PR harus sesuai dengan regulasi dan undang – undang serta tidak menyalahi ketentuan yang berlaku dan menjalankan peraturan yang ada di Indonesia. Sama dengan informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

*"jadi kami bersama tim membentuk citra positif mengenai humas tangsel itu melalui media sosial begitu ya melalui ig humas kota tangsel ituu dari tim memang sebisa mungkin lah mengemas pesan atau postingan itu semenarik mungkin"* (I-4)

Informan 4 menjelaskan bahwa cara untuk memelihara citra baik perusahaan atau klien di mara publik sebagai PR di pemerintah dengan melalui media sosial membentuk citra positif dengan pengemasan pesan berita yang ada di postingan instagram humastangsel. Lalu dengan adanya program – program diadakan pemerintah yang dibuat masyarakat kagum dan mendapatkan pandangan yang positif. Selain memelihara citra baik perusahaan atau klien. Keempat informan dapat menjelaskan mengenai persaingan yang terjadi di PR dan bagaimana mereka mengelola atau mengatasi persaingan tersebut. Berikut penjelasan informan 1 :

*“hmm kalo para praktisi PR ini itu berjaring atau netmarketing karena banyak banget informasi yang bisa di share buat di praktekin yang mungkin kita gak bisa dapetin saat kuliah. kita gak bisa dapet kalo kita ga sharing dan berjejaring sama teman teman praktisi PR begitu jadi menurutku aku gak pernah nganggap praktisi PR yang lain itu saingan atau kompetisi begitu ya hmm saingan, melainkan aku belajar banyak sih dari mereka untuk bisa ngedvelop PR yang lebih baik lagi” (I-1)*

Informan 1 menjelaskan bahwa ia tidak menganggap praktisi PR lainnya sebagai saingan. Jika sesama PR saling berhubungan tentunya akan saling menguntungkan dan menambah informasi serta bisa saling belajar sesuai pengalaman masing – masing praktisi PR. Sama seperti informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

*“kalo persaingan antar brand atau antar pelaku pelaku praktisi praktisi PR atau agency itu udah engga ini sih engga apa namanya ga kompetitif sih karena malah kita saling kolaborasi gitu loh, karena kita tergabung dalam APRI kan jadi kita malah saling support saling membantu jadi sudah kaya gada rebutan rebutan klien itu itu sebenarnya sudah sangat jarang ditemukan sih karena sudah ada spesialisasinya masing – masing, kalo misalnya kantor aku itu tuh spesialisasinya tuh kalo boleh cerita dikit itu kita di media relations kemudian di manajemen krisis juga kemudian di sosial media manajemen, event begitu sih, jadi udah punya spesialisasi nya masing – masing jadinya gak ada persaingan gitu” (I-2)*

Informan 2 menjelaskan bahwa ia tidak menganggap praktisi PR lainnya sebagai saingan karena saling berkolaborasi dengan praktisi PR lainnya. Karena sudah tergabung di APRI maka antar praktisi PR saling support dan membantu, sehingga tidak adanya kasus rebutan klien karena sekarang tiap PR memiliki spesialisasinya masing – masing. Berbeda dengan informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

*“oke kalo terkait persaingan menurut ku ga cuman di dunia PR ya, all company pasti juga ada persaingan misalnya naik jabatan dan sebagai macem itu sebenarnya di semua perusahaan ada, persaingan bisnis, antara satu bisnis dengan bisnis lain, satu perusahaan dengan perusahaan lain untuk mendapatkan kolaborasi dengan produk atau misalnya dengan brand lain atau dengan perusahaan lain juga itu pasti ada, kalo secara internal menurutku itu semua kembali kepada individu masing – masing si sebenarnya.” (I-3)*

Informan 3 menjelaskan bahwa persaingan akan selalu ada di setiap perusahaan, persaingan mengenai kenaikan jabatan, persaingan pitching atau ngelobby, persaingan bisnis dengan bisnis lain, perusahaan dengan perusahaan lain. Untuk mengatasi persaingan di praktisi PR itu tergantung individu masing – masing

karena persaingan tidak bisa diatasi hanya bisa dihadapi. Sama dengan informan 1 dan 2. Berikut penjelasan informan 4 :

*“kalo persaingan dengan pemerintah lain ya gak ada sih sebenarnya, karena punya penilaian masing masing justru malah nganggap nya bukan persaingan kecuali memang biasanya kan kalo PR PR atau humas humas itu ada namanya APRI atau ikatan humas pemerintah begitu nah paling dari situ suka ada lomba lomba pembuatan konten atau pembuatan artikel artikel dari situ sih baru persaingan, lomba lomba gitu. Jadi kalo untuk mengatasi persaingan ya sebenarnya tergantung penilaian masing masing menganggap hal tersebut persaingan atau bukan begitu” (I-4)*

Informan 4 menjelaskan bahwa persaingan dengan pemerintah lain tidak ada, karena setiap masyarakat memiliki penilaian masing – masing. Sesama praktisi PR pun tidak ada persaingan kecuali pada saat ada perlombaan saja. Untuk mengatasinya tentunya tergantung individu masing – masing menganggap hal tersebut persaingan atau bukan. Selain menjelaskan mengenai persaingan. Keempat informan dapat menjelaskan ketika mereka menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis dalam public relations. Berikut penjelasan informan 1 :

*“ini itu agak tricky karena kadang kadang kita sebagai PR itu pasti punya prinsip yang kita pegang teguh tapi mungkin berseberangan atau berlawanan dengan apa yang kita representasikan seperti company, institusi, brand dan lainnya. Kalo menurut aku sendiri kalo untuk handling case case seperti ini kita harus bisa mendefined terlebih dahulu dan dari diri kita sendiri itu sudah bisa tahu mana yang jadi prioritas kita mana yang bisa kita dahulukan nilai nilai idealitas kita atau kepentingan perusahaan begitu” (I-1)*

Informan 1 menjelaskan bahwa ketika PR menghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis ini tentunya merupakan hal yang tricky. Setiap PR pastinya memiliki prinsip yang di pegang teguh namun terkadang berseberangan atau berlawanan dengan yang direpresentasikan. Menurut informan 1 cara menghandle nya adalah dengan harus bisa mendefined diri sendiri terlebih dahulu, harus mengetahui mana yang lebih prioritas nilai – nilai idealitas atau kepentingan perusahaan dan juga harus tahu mana yang lebih besar manfaatnya. Setelah itu baru mengimplementasikan untuk publikasi hal yang positif agar mendapatkan reputasi yang lebih baik lagi. Sama dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

*“menurut aku yang penting kita balik lagi harus kembali ke etika ya. kita tahu lah kalo kita itu terikat dengan kode etik gitu loh walaupun sebenarnya dalam beberapa hal kadang kadang kode etik itu kita bisa tetap taat tetap patuh sama kode etik cuman kita juga harus tetap memperhatikan kebutuhan klien dan situasi yang ada gitu cuman kembali kita ke kode etik sih misalnya kaya kita harus jujur dalam menyampaikan informasi gitu itu itu*

*sudah paling penting kita gak boleh memperparah konflik dengan untuk mengambil keuntungan sendiri” (I-2)*

Informan 2 menjelaskan bahwa ketika PR mneghadapi situasi yang menantang secara moral dan etis tentunya seorang PR harus mengutamakan etika karena terikat dengan kode etik. Sebagai seorang PR harus jujur dalam menyampaikan informasi. Sama seperti informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

*“aku bukan anak ilmu komunikasi jadi sebagai praktisi PR aku itu learning by doing, kalo di dalem kode etik PR jujur aku gak tahu kode etik PR itu bagaimana, jadi aku gatau apa namanya kode etik PR seperti apa kalo dalam teori nya gituu ya tapi yang bisa aku tawarkan adalah selama aku menjalani PR itu ya kita tidak user.” (I-3)*

Informan 3 menjelaskan bahwa ia tidak mengetahui mengenai kode etik PR karena bukan dari lulusan Ilmu Komunikasi atau PR. Selama bekerja di PR, informan 3 learning by doing jadi meskipun tidak mengetahui kode etik PR seperti apa dalam teorinya. Ia tetap menjalani tugas sebagai PR dengan baik, selama menjadi PR ia tidak melakukan kesalahan – kesalahan yang melanggar aturan. Sama seperti informan 4. Berikut penjelasan informan 4 :

*“hmm menurut saya kalo yang ada kode etik gak cuman PR saja yaa karena setiap profesi itu pasti ada kode etik nya kan dulu saya sebagai jurnalis juga ada kode etiknya harus kode etik itu kan dibuat adalah untuk eee apa ya supaya profesi itu tetap pada jalurnya gituu. kalo di PR kan kode etik PR adalah tentang ya kita memang untuk ngebranding kota begitu ngebranding pemerintah daerah begitu jadi yaa gimanapun menurut saya memang harus mengacu pada kode etik ituu karena kan ini terkait dengan profesi yaa dan memang harus profesional gituu” (I-4)*

Informan 4 menjelaskan bahwa setiap profesi pasti memiliki kode etik. Namun selama di PR Pemerintah, ia menjalankan kode etik nya dan tugasnya dengan baik tanpa melanggar aturan yang ada. kode etik PR pemerintahan adalah untuk ngebranding kota, ngebranding pemerintah jadi ya memang harus mengacu pada kode etik tersebut yang terkait dengan profesi dan harus profesional.

Tabel 4. 3 Pengalaman Di Dunia Praktisi Public Relations

Deskripsi	Alline (I-1)	Raisa (I-2)	Elin (I-3)	Annisa (I-4)
Dinamika pekerjaan dalam menjalankan tugas sebagai PR	Dunia PR itu keras karena harus berpikir kritis dan siap sedia	Harus mengetahui objektivitasnya seperti apa, keymessage nya, dan strategi yang ingin	Dinamika nya karena sebagai titik tumpu komunikasi sehingga harus	Dinamika sebagai PR harus tahu segalanya mengenai informasi

	menghandle klien dan isu yang ada	digunakan untuk memahami keinginan klien dan menyampaikan strategi komunikasi yang benar	tahu keymessage untuk memenuhi kebutuhan klien dan menyampaikan komunikasi ke publik dengan jelas.	perusahaan dan yang sedang trending
Melakukan management konflik dengan rekan kerja dalam melakukan aktivitas PR	Melakukan manajemen konflik dengan klien yaitu dengan diskusi, one on one session untuk menyampaikan pendapat	Bertukar pikiran dengan diskusi sehingga antar tim saling support dan membantu ketika sedang kesulitan	Berdiskusi ketika meeting untuk membahas mengenai permasalahan dan mencari penyelesaiannya	Dengan berdiskusi dan mencari jalan tengah agar permasalahan selesai
Menanggulangi perbedaan pendapat	Sudah memiliki opini yang sama dengan rekan kerja, karena memiliki background yang sama namun ketika terjadi perbedaan pendapat biasanya berkomunikasi lebih dalam lagi untuk mencari jalan tengahnya	Mencari jalan tengah dengan cara berdiskusi seluruh tim untuk menghadapi suatu permasalahan	Mencari jalan tengah dengan cara berdiskusi untuk menemukan penyelesaiannya dan menghadapi suatu permasalahan atau krisis	Jarang memiliki perbedaan pendapat dengan rekan kerja namun sering terjadi dengan pimpinan. Penyelesaiannya dengan memberikan saran ke pimpinan dan mencari jalan terbaik.
Memelihara hubungan yang baik dengan media	Anggap media sebagai teman, memberikan treatment yang terbaik karena saling membutuhkan, mengirimkan parcel, minum – minum bersama media, mengirimkan media kit	Dengan media harus transparan memberikan informasi yang berbasis fakta dan valid. Tidak ada acara minum – minum atau party namun dengan memberikan media kit, media lunch, media gathering.	Jadikan media sebagai teman karena media dan PR saling membutuhkan, berdiskusi dengan media, mengirim media kit, minum bersama dengan jurnalis	Jalin hubungan baik dengan jurnalis dan media, karena media juga bisa digunakan untuk publikasikan informasi perusahaan
Tantangan terbesar di PR	Karena perempuan dan dunia PR ini adalah dunia dimana harus selalu standby dan update dengan company atau klien yang lagi direpresentasikan. Jam kerja yang tidak sesuai.	Sebelumnya hanya ada tantangan mengenai media, mengurus konten namun sekarang tantangannya adalah PR harus payattention kepada regulator, pemerintah dan komunitas	Tantangan terbesar harus memiliki relationship yang kuat dengan media cetak dan digital	Tantangan terbesar mengenai media sosial karena banyak informasi yang bias dan tidak sesuai data yang bisa merusak reputasi perusahaan
Tugas dan fungsi yang biasa dilakukan	Membuat pressrelease, standinnng pressconference, membuat factsheet dan artikel, berhubungan dengan media dan rekan – rekan dari pemerintahan dan	Membuat strategi yang tepat untuk klien, membangun hubungan dengan pihak stakeholders, bertugas untuk ngelobby yang berhubungan dengan perusahaan,	Mengerjakan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh perusahaan dan user seperti mengurus perilisan produk, membuat strategi, membuat presscon, menentukan keymessage,	Mengolah konten, merancangkan untuk ke media komunikasi publik terkait program yang dilakukan, membuat infografis atau video berita, mengelola hubungan relasi

	kementerian serta jurnalis	melakukan riset, memberikan saran kepada klien.	berhubungan dengan media, mengurus media kit.	dengan media massa baik cetak maupun online. membuat release dan artikel
Keterlibatannya dalam merencanakan dan melaksanakan acara atau konferensi pers	Terlibat dalam menghandle dan mengorganisis pressconference dari awal hingga akhir	Terlibat, karena menghandle dari hulu ke hilir, untuk membuat narasi dan talking points	Terlibat, secara end to end. Untuk meeting membahas konsep, objektif, budget, keymessage, kebutuhannya dan hubungan dengan media	Terlibat, untuk mobilisasi media massa, mengundang media massa

Sumber: Olahan Peneliti

Scott M. Cutlip, Aleen H. Center, dan Glen M. Broom dalam buku mereka yang berjudul *Effective Public Relations* menggambarkan public relations sebagai sebuah fungsi dalam manajemen yang mengevaluasi persepsi masyarakat umum, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur yang didasarkan pada kepentingan masyarakat, baik individu maupun organisasi, dan melaksanakan rencana kerja untuk mencapai pemahaman dan dukungan dari masyarakat (Yulianto, 2022). Pandangan serupa mengenai Public Relations juga diungkapkan oleh Dan Lattimore dan timnya menyatakan bahwa public relations berfungsi sebagai bagian dari manajemen yang mendukung organisasi dalam mencapai tujuannya. Praktisi public relations harus berkomunikasi dengan berbagai pihak, baik internal maupun eksternal, untuk membangun dan memperkuat hubungan yang baik serta memastikan kesesuaian antara tujuan organisasi dan harapan masyarakat (Jauharri, 2021). Keempat informan merupakan seorang praktisi public relations yang berasal dari perusahaan yang berbeda dan juga memiliki pengalaman yang berbeda.

Fungsi utama dari praktisi public relations ialah untuk memperluas serta memperkuat hubungan positif antara organisasi dan publiknya, baik yang internal maupun eksternal. Langkah ini diambil untuk meningkatkan pemahaman, memotivasi, dan mendorong partisipasi masyarakat, sehingga menghasilkan opini publik yang mendukung terhadap organisasi tersebut (Sinduwiatmo, 2018). Menurut Djanalis Djanaid dalam (Wahyuningsih, 2023) public relations memiliki dua fungsi utama, yaitu fungsi konstruktif dan fungsi korektif. Fungsi konstruktif melibatkan peran public relations dalam mendorong semua aktivitas dan kegiatan perusahaan atau organisasi agar direncanakan dengan baik dan berkesinambungan, dengan pendekatan yang cenderung proaktif. Sementara itu, fungsi korektif

diibaratkan sebagai peran pemadam kebakaran, di mana public relations bertindak untuk segera mengatasi dan menyelesaikan permasalahan yang muncul di antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya.

Fungsi utama dari praktisi public relations adalah untuk memperluas dan membangun hubungan positif antara organisasi dan publiknya, baik internal maupun eksternal. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, memotivasi, dan mendorong partisipasi publik, sehingga menciptakan opini publik yang mendukung organisasi tersebut (Sinduwiatmo, 2018). Keempat informan tentunya bertugas untuk memperluas dan memperkuat hubungan positif antara organisasi dan publiknya, karena dari hasil tabel di atas keempat informan menjelaskan bahwa berhubungan baik dengan media, regulator seperti pemerintahan, kementerian dan organisasi. Namun memang dalam penjelasan ada perbedaan penerapan yang dialami oleh informan 2. Hal ini dipengaruhi oleh faktor kontekstual yang berbeda seperti pengalaman.

#### **4.2.3 Posisi Pemaknaan Penonton Terhadap Preferred Reading dalam Cerita di Serial Korea Race**

Teori resepsi Stuart Hall mengenali tiga jenis interpretasi yang dilakukan oleh audiens terhadap pesan media yang diterima, yaitu interpretasi dominan, interpretasi negosiasi dan interpretasi oposisi. Dari ketiga tipe – tipe interpretasi tersebut ditentukan oleh posisi yang diambil oleh audiens ketika mereka membaca sebuah teks. Posisi – posisi tersebut mencakup posisi *dominant-hegemonic reading*, *negotiated reading* dan *oppositional reading* (Briandana & Azmawati, 2020). Dominant hegemonic reading ini terjadi ketika khalayak (penonton) menerima dan menyetujui makna pesan yang diusulkan oleh teks media (preferred reading). Kedua, negotiated reading yaitu khalayak akan mengakui makna pesan yang diusulkan oleh media, namun juga mengadaptasi campuran makna lain sesuai dengan pengalaman yang pernah mereka alami sendiri. Ketiga, oppositional reading ketika penonton menolak makna yang disampaikan oleh media dan menggantinya dengan interpretasi atau pandangan mereka sendiri mengenai topik tersebut (berlawanan dengan preferred reading).

Serial drama Korea Race melalui 12 episode, memiliki preferred reading untuk menggambarkan tugas dan fungsi praktisi PR kepada khalayak serta perjuangan dan perjalanan yang akan dialami seorang praktisi PR. Sebagian besar informan dalam penelitian ini memiliki pemaknaan yang sama di antara informan lain yaitu menunjukkan bahwa mereka menghasilkan pemaknaan dominant-hegemonic reading.

Namun, ada satu informan dalam penelitian ini yang memiliki pemaknaan oppositional reading. Ini berarti, informan tersebut mampu untuk membentuk pandangan alternatif lain sesuai pemaknaan informan. Pada posisi oposisi ini ketika informan tidak setuju, karena menemukan alternatif lain dalam memahami pesan yang diberikan. Hal ini dikarenakan, menurut informan bahwa setiap individu juga pasti memiliki penerapan yang berbeda dalam menjalankan tugas dan fungsi PR. Sehingga wajar bila tidak semua orang memiliki kesamaan terhadap penerapan tugas dan fungsi PR atau tidak semua menerima penerapan tugas dan fungsi PR yang digambarkan di serial drama Korea Race. Namun disisi lain, informan ini mengatakan sejalan dan setuju pada pesan yang disampaikan serial korea Race, namun selalu memiliki pendapat yang berbeda.

Menariknya, dalam penelitian ini tidak ditemukan pemaknaan posisi negosiasi. Hal ini diduga disebabkan informan penelitian memiliki pengalaman bekerja di bidang public relations, tinggal di perkotaan, dan memiliki latar belakang pendidikan sarjana. Akibatnya, para informan diasumsikan telah merasakan pekerjaan untuk menerapkan tugas dan fungsi public relations. Tidak adanya hasil negosiasi dapat menunjukkan bahwa ada perbedaan signifikan dalam bagaimana informan – informan yang terlibat memahami atau mengkomunikasikan tugas dan fungsi PR. Ini bisa terjadi karena adanya perbedaan dalam tujuan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa beberapa informan dalam penelitian ini berada dalam posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading serta oppositional reading. Berikut adalah penjelasan mengenai dominant-hegemonic reading.

## 1. *Dominant – Hegemonic Reading*

Penerima pesan sesuai dari makna pesan yang diusulkan oleh teks media (preferred reading). Pada posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading, informan penelitian ini memahami pesan yang disampaikan melalui cerita dalam serial drama Korea Race untuk menjadi sosialisasi konsep tugas dan fungsi PR kepada masyarakat, memberikan gambaran apa saja yang termasuk tugas dan fungsi PR, sebagai posisi makna dominan preferred reading yang ditawarkan melalui teks media. Informan penelitian ini yang berada dalam posisi dominant-hegemonic reading mengungkapkan bahwa mereka setuju dengan pesan yang disampaikan serial korea Race untuk menggambarkan tugas dan fungsi PR.

Sebagaimana yang dinyatakan oleh informan 1 yang menyatakan bahwa dapat memahami pesan yang ingin disampaikan dalam serial drama Korea “Race” karena menurut informan 1 serial ini menggambarkan keilmuan PR. Berikut penjelasan informan 1 :

*“Hmm sebenarnya kalau yang aku tangkep ya dari drama Race ini lebih ke keilmuan PR yang kamu gak kepikiran bakal kepake sih. Dan menurut aku juga Race ini lebih mau ngegambarin ke penonton nya bagaimana sih tugas nya PR, or fungsi nya PR untuk sebuah company, brand atau apapun.” (I-1)*

Begitu pula halnya dengan pernyataan informan 3 yang juga memahami pesan yang disampaikan dalam serial drama Korea Race karena menurutnya serial drama korea Race ini menggambarkan bahwa PR penting di sebuah perusahaan. Berikut penjelasan informan 3 :

*“Yaaa yang aku tangkep sih emangg mau ngegambarin dan sampein pesan bahwa PR itu penting loh, PR itu tugas dan fungsinya kaya gini loh.gituu siihh.” (I-3)*

Sama seperti informan 3. Informan 4 memahami pesan yang disampaikan dalam serial drama korea Race karena menurutnya serial ini membahas tugas dan fungsi PR di sebuah perusahaan. Berikut penjelasan informan 4 :

*“Sebenarnya yang saya tangkep after saya nonton serial itu sih lebih ke membahas tugas dan fungsi PR di sebuah perusahaan dan dibumbui dengan konflik konflik tersebut supaya menarik perhatian penonton” (I-4)*

Kemudian, berdasarkan wawancara dengan informan 1 diketahui bahwa ia setuju dengan serial drama Korea Race yang salah satunya berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi public relations. Dengan demikian, informan 1 termasuk dalam kategori posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading. Sebagaimana yang dinyatakan informan 1 yang menyatakan bahwa memberikan gambaran bagaimana jika bekerja di PR itu bisa dilihat dari serial Race. Berikut penjelasan informan 1 :

*“ee yes kalo itu tu dijelasin juga di summary drakor itu sendiri itu juga jadi salah satu daya tarik ya buat penonton, jadi bisa hm apa ya ada pengetahuan informasi dan konvergen lah bagaimana sih kalo kita kerja as a PR di industri Korea, itu itu bisa diambil dari serial Race.” (I-1)*

Senada dengan informan 1. Informan 3 juga menyampaikan bahwa ia setuju dengan serial drama Korea Race yang salah satunya berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi Public Relations. Dengan demikian, informan 3 termasuk ke dalam kategori posisi pemaknaan dominant – hegemonic reading. Sebagaimana yang dikatakan informan 3 yang menyatakan bahwa serial Race ini menyoroti bagaimana menjalankan peran di bidang PR dan menghadapi tantangan yang ada. berikut penjelasan informan 3 :

*“hmm kalo itu menurutku sih iya, mengenai tugas dan fungsi PR nya, kaya race ini itu menyoroti bagaimana sih pemeran di race menjalankan peran mereka di bidang PR dan bagaimana sih mereka menangani banyak tantang yang muncul di perusahaan sebagai praktisi PR begitu loh, eee jadi ada gambaran tugas dan fungsi tapi dibumbui dengan cerita cerita lainnya untuk menarik perhatian penonton. (I-3)*

Begitu pula halnya dengan pernyataan informan 4 yang juga menyatakan bahwa ia setuju dengan serial drama Korea Race yang salah satunya berfokus pada penyampaian pesan terkait tugas dan fungsi Public Relations. Dengan demikian, informan 4 termasuk ke dalam kategori posisi pemaknaan dominant – hegemonic reading. Sebagaimana yang dinyatakan informan 4 yang menyatakan bahwa terlihat jelas penggambaran tugas dan fungsi public relations di serial Race. Berikut penjelasan informan 4 :

*“ohh iya dong jelas, bahkan ketika nonton saja itu saya sebagai Alumni dari Jurusan Ilmu Komunikasi mengetahui ohh ini tugas PR di serial kaya begini, ohh ini peran atau fungsi PR di serial seperti ini. ya memang kan ini serial menggambarkan PR ya tentunya akan*

*ada penyampaian mengenai tugas dan fungsi nya, penyelesaian konflik pun itukan merupakan tugas dari seorang PR” (I-4)*

Kemudian, berdasarkan wawancara dengan informan 1 diketahui bahwa ia setuju mengenai penggambaran konflik realitas public relations pada serial Race. Oleh karena itu, informan 1 termasuk dalam kategori posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading. Sebagaimana yang dinyatakan informan 1 yang menyatakan bahwa konflik atau permasalahan yang ada di serial Race itu relate dengan pengalaman informan 1 selama menjadi PR berikut penjelasan informan 1 :

*“kalo untuk konflik nya sendiri sebenarnya sih hmm deket juga ya dengan para praktisi PR kaya yang sudah aku elaborate sebelumnya. rata rata praktisi PR itu bentrok nya hanya di top level management atau kalo misalkan di agency itu berhubungan dengan klien dan request – request dari brand hmm atau perusahaan itu sendiri yang lagi di handle atau teman – teman media teman teman jurnalis biasanya itu itu saja problemnya praktisi PR. karena kan kita pasti ngalamin krisis tapi itu relate banget sih dan aku alamin juga dari karirku dari bertahun – tahun yang lalu.” (I-1)*

Sama seperti halnya informan 1. Informan 3 juga menjelaskan bahwa setuju mengenai penggambaran konflik realitas public relations pada serial Race. Oleh karena itu, informan 3 masuk ke dalam posisi dominant-hegemonic reading. Sebagaimana yang dinyatakan informan 1 yang menyatakan bahwa konflik yang ada di serial Race itu merupakan konflik yang dihadapi PR. Berikut penjelasan informan 3 :

*“hmm untuk penggambaran konflik realitas PR dalam serial race ini si bisa ngasih beberapa pandangan dan realitis tentang tantangan yang dihadapi di PR. Ya menurutku sih konflik yang digambarin memang konflik yang akan dihadapi oleh PR” (I-3)*

Demikian pula, pernyataan dari informan 4 juga mengungkapkan bahwa setuju mengenai penggambaran konflik realitas public relations pada serial Race merupakan konflik yang memang dihadapi oleh praktisi PR. Berikut penjelasan informan 4 :

*“bisa memberikan beberapa gambaran mengenai konflik apa saja sih yang dihadapi seorang PR, jadi melalui serial ini pasti yang nonton akan langsung tergambarkan kaya ohh ini permasalahan yang dihadapi oleh PR, konflik nya ini dan mengatasi nya seperti ini.” (I-4)*

Hasil wawancara dengan informan 1 selanjutnya mengungkapkan bahwa sebagai seorang PR tentunya harus melewati rintangan dan perjuangan dalam

menjalankan tugas sebagai praktisi public relations. Dengan demikian, informan 1 termasuk ke dalam kategori pemaknaan dominant-hegemonic reading. Sebagaimana yang dinyatakan informan 1 yang menyatakan bahwa dunia PR itu keras dan harus siap bekerja diluar jam kerja. Berikut penjelasan informan 1 :

*“dunia PR itu keras banget hm dan ternyata lebih banyak praktisi PR cowo di dunia PR itu sendiri karena kamu harus yang pertama cepet kamu harus berpikir kritis kamu harus siap sedia dan kamu mm gada namanya sabtu minggu itu kamu apa ya ah aku gabisa di hubungi ini karena lagi weekend soalnya dari apa yang sudah aku jalanin as a PR praktisi krisis itu gak mengenal waktu, request dari klien kalo lagi handle klien itu gak mengenal waktu, dan kita harus selalu up to date dengan timeline itu terus kita harus hmm stay in timeline dan juga pasti informasi yang akurat begitu jadi itu sih” (I-1)*

Sama seperti halnya informan 1. Informan 3 juga menjelaskan bahwa sebagai seorang PR tentunya harus melewati rintangan dan perjuangan dalam menjalankan tugas sebagai praktisi public relations dimana harus kerja keras dan penuh ketekunan. Berikut penjelasan informan 3 :

*“kita itu sebagai PR harus kerja keras dan penuh ketekunan dimana kan di race itu ngegambarin kalo si pemeran utama cewe itu sering banget kan dikasih tantangan besar yang memang menguji banget dedikasi dan ketahanan kita sebagai PR” (I-3)*

Begitupula halnya dengan pernyataan informan 4 yang juga menjelaskan bahwa sebagai seorang PR tentunya harus bisa melewati rintangan dan perjuangan dalam menjalankan tugas sebagai public relations dimana seorang PR harus bisa survive dan tidak mudah menyerah. Berikut penjelasan informan 4 :

*“ya sebagai PR dari agency kecil ke perusahaan besar ya harus survive sih jadi jangan gampang nyerah gitu loh sama tekanan atau permasalahan yang ada.” (I-4)*

Selanjutnya, hasil wawancara dengan informan 1 mengenai pendapat representasi tugas dan fungsi PR dalam serial Race, apakah ada kesamaan atau perbedaan dengan realitas di kehidupan nyata ia menyatakan banyak kesamaan. Oleh karena itu, informan 1 termasuk dalam kategori posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading. Sebagaimana yang dinyatakan informan 1 yang menyatakan bahwa serial Race cukup merepresentasikan tugas dan fungsi PR sesuai dengan kehidupan informan 1. Berikut penjelasan informan 1 :

*“kalo ini sih aku liat cukup banyak kesamaan ya karena kan hmm sama sama sebagai praktisi PR meski memang kalo di dalam drama bakal di bumbuin hal hal yang lebih ya lebih menarik lah untuk konflik drama itu sendiri. tapi so far kalo untuk tugas dan fungsi PR in general serial Race itu sudah cukup merepresentasikan apa yang terjadi di industri PR.” (I-1)*

Sama seperti halnya informan 1. Informan 3 juga menjelaskan bahwa representasi tugas dan fungsi PR di serial Race sama dengan kehidupan nyata informan 3. Berikut penjelasan informan 3 :

*“kalo itu sih sama ya, jadi memang kita bikin release, kita bikin talking points, kita edit release kita, kita review release kita, kita kerjasama dengan middle complaints dan public policy untuk release kita sebelum release kita disebar, kita kerjasama dengan media. Jadi ya setelah aku nonton serial itu, aku ngerasa sama kok apa yang aku kerjakan sesuai dengan apa yang ada di serial Race, karena PR pasti memang ngelakuin itu. Apa yang sudah aku jelasin tadi kan tergambar juga ya hehe di serial race” (I-3)*

Demikian pula, pernyataan dari informan 4 yang juga menjelaskan bahwa representasi tugas dan fungsi PR di serial Race sama dengan kehidupan nyata informan 4 namun perbedaannya hanya di bidang perusahaan dimana informan 4 bekerja di pemerintahan. Berikut penjelasan informan 4 :

*“hm ya paling kalo kesamaan nya ya gituu mell, yaa bener kalo di race itu kan dia ada kaya ngelakuin tugas mengenai hubungan media dan penempatan media kan yang berhubungan baik dengan media massa maupun media online nah iya itu bener mel, yang di race itu bener ada lah pendekatan dan berhubungan dengan jurnalis itu bener mungkin dengan wartawan gituu, lalu melakukan publisitas ituu melalui media sosial nah itu untuk pekerjaan tugas dan fungsi lainnya ya kurang lebih sama seperti riset juga, hubungan media, publisitas buat media massa dan media sosial itu juga sama kemudian untuk management nya dan training” (I-4)*

Hasil wawancara dengan informan 1 mengungkapkan mengenai perjuangan dan perjalanan selama menjalani tugas sebagai PR. Dengan demikian, informan 1 termasuk dalam kategori posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading. Sebagaimana yang dinyatakan informan 1 bahwa menghadapi tekanan dan tenggat waktu sangat susah. Berikut penjelasan informan 1 :

*“hmm kalo menghadapi tekanan dan tenggat waktu mungkin awalnya itu susah banget ya tapi karena dari awal itu bekerja as PR jadi sudah terbiasa banget dengan deadline dan jam kerja nya dan tanggung jawab responsibility as a PR. Dan ya yang di race cukup menggambarkan bahwa itu PR banget loh yang jam kerja nya gak sesuai hehe” (I-1)*

Sama seperti halnya informan 1. Informan 3 juga menjelaskan mengenai perjuangan dan perjalanan selama menjalani tugas sebagai PR yakni jam kerja yang tidak sesuai. Berikut penjelasan infroman 3 :

*“sebagai PR inhouse ya gak terlalu ada tekanan sih .Kalo jam kerja yang gak sesuai sih memang” (I-3)*

Begitu pula halnya dengan informan 4. Informan 4 menjelaskan mengenai perjuangan dan perjalanan selama menjalani tugas sebagai PR yakni jam kerja yang tidak sesuai dan jarang sekali libur. Berikut penjelasan informan 4 :

*“Nah kalo disini sebagai PR tanggal merah tuhh sebenarnya gak masuk ke kantor tapi tetap bekerja dari rumah hahaha ya sama kaya si serial race itu apalagi kaya misalnya teman saya itu ya bahkan sampe malem itu apalagi kalo di telpon butuh informasi mengenai sesuatu gitu jadi apa ya gak ada waktu istirahat, gada waktu libur jadinya. Kalo di serial race dengan kehidupan saya sih ya memang benar hari libur tetap bekerja hahaha” (I-4)*

Selanjutnya, hasil wawancara dengan informan 1 mengenai pentingnya hubungan antara agency dengan media atau klien. Oleh karena itu, informan 1 masuk ke dalam posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading. Sebagaimana yang dinyatakan informan 1 bahwa berhubungan dengan media atau klien sangat wajar karena harus memberikan service terbaik. Berikut penjelasan informan 1 :

*“hmm menurutku iya ya, karena kita sebagai agency dan klien handling kita pasti harus selalu kasih service” (I-1)*

Sama seperti halnya informan 1. Informan 3 menjelaskan pentingnya hubungan dengan media atau klien sangat wajar karena akan membantu kesuksesan projek kedepannya. Berikut penjelasan informan 3 :

*“Hmm menurutku relate sih itu, karena aku dengan klien dan media saja sangat berhubungan baik, kita sering minum minum, makan bareng, ngopi” (I-3)*

Begitu pula halnya dengan pernyataan informan 4 yang juga menjelaskan pentingnya hubungan dengan media atau klien sangat wajar karena saling membutuhkan.

*“hmm berhubungan baik dengan media itu wajar sih karena PR ini memang berhubungan nya kan sama media, sama jurnalis. Mau itu media massa maupun media online, PR pemerintah ini memang akan terusan berhadapan dengan media dan jurnalis gitu mel. Ketika saya nonton race ini memang menggambarkan sisi realitas PR di perusahaan ya karena ya itu hubungan PR dengan divisi lain harus baik, dan yang dilakukan pemeran utama itu benar kok tetap menjaga hubungan baik apalagi dengan klien gitu mell” (I-4)*

Selanjutnya, hasil wawancara dengan informan 1 bahwa setuju setiap perusahaan pasti akan ada persaingan tergantung individu lainnya menanggapi seperti apa seperti persaingan yang digambarkan di serial Race. Oleh karena itu, informan 1 masuk ke dalam posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading . sebagaimana yang dinyatakan pada informan 1. Berikut penjelasan informan 1 :

*“hmm menurutku kalo persaingan itu justru bukan dari bukan diciptakan atau terbentuk dari ekosistem kalo bersaing itu pasti kita bersaing ya kaya di seluruh aspek pekerjaan itu itu pasti ada saingannya begitu kaya misalkan HR pasti ada another HR yang lebih kompeten” (I-1)*

• Sama seperti halnya informan 1. Informan 3 setuju bahwa setiap perusahaan pasti akan ada persaingan tergantung individu tiap orang. Berikut penjelasan informan 3 :

*“oke kalo terkait persaingan menurut ku ga cuman di dunia PR ya, all company pasti juga ada persaingan misalnya naik jabatan dan sebagai macem itu sebenarnya di semua perusahaan ada, persaingan bisnis, antara satu bisnis dengan bisnis lain, satu perusahaan dengan perusahaan lain untuk mendapatkan kolaborasi dengan produk atau misalnya dengan brand lain atau dengan perusahaan lain juga itu pasti ada, kalo secara internal menurutku itu semua kembali kepada individu masing – masing si sebenarnya, karena kita gk bisa bilang bagaimana cara mengatasi itu menurut ku itu gak bisa diatasi” (I-3)*

Begitu pula halnya dengan informan 4 yang menyatakan setuju bahwa persaingan antar humas terjadi mengenai pembuatan konten atau pembuatan artikel. Berikut penjelasan informan 4 :

*“biasanya kan kalo PR PR atau humas humas itu ada namanya APRI atau ikatan humas pemerintah begitu nah paling dari situ suka ada lomba lomba pembuatan konten atau pembuatan artikel artikel dari situ sih baru persaingan, lomba lomba gitu. Jadi kalo untuk mengatasi persaingan ya sebenarnya tergantung penilaian masing masing menganggap hal tersebut persaingan atau bukan begitu, kalo perlombaan ya paling persaingannya kaya begitu saja.” (I-4)*

Selanjutnya, hasil wawancara dengan informan 1 bahwa set setuju mengenai penggambaran perjuangan yang kompetitif di serial Race. Berikut penjelasan informan 1 :

*“Kalau teman se tim aku sih aku merasa memang mereka kompetitif dalam bekerja ya karena mau capai target gitu loh jadi ya harus berusaha” (I-1)*

Sama seperti halnya informan 1. Informan 3 juga setuju mengenai penggambaran perjuangan yang kompetitif karena informan 3 merasakan hal yang dialami oleh ParkYoonjo harus berusaha membuktikan hasil kerjanya. Berikut penjelasan informan 3 :

*“hmm kalo untuk praktisi PR ya kan si cewe nya itu awalnya di rendahin ya sama tim Seyong tapi ternyata dia sukses buat celltics jadi meningkat, itu itu kan perlu perjuangan yaa dan akhirnya dia dipercaya oleh atasannya. Hmm untuk contohnya apa yaa gini deh aku gak bisa sebutin perusahaan nya ya. Jadi ada perusahaan yang memang reputasi nya jelek dan penjualan nya menurun, aku coba diskusi dengan pemilik perusahaan tersebut untuk memberikan ide dan solusi bagaimana sih supaya permasalahan ini selesai ya kan, lalu sempat di tentang juga oleh pihak dari manajemen perusahaan nya, cuman aku dan tim meyakinkan bahwa ini akan berhasil loh dengan cara ini akan berhasil gitu, nah akhirnya kita coba cuman awalnya aku takut karena kaya pihak manajemen nya tuh gayakin ke kita gitu tapi ternyataaaa hasilnya bawa dampak yang baik, penjualannya naik” (I-3)*

Begitu pula halnya dengan informan 4 yang setuju mengenai penggambaran perjuangan yang kompetitif dan merasa tidak keberatan jika ada rekan kerja yang kompetitif. Berikut penjelasan informan 4 :

*“Nah kalo karakter yang kompetitif, berjuang begitu ya pasti ada disini juga ada yang ingin berjuang kompetitif, kalo saya justru senang karena saya gak kompetitif hahaha jadi justru malah jadi semangat dalam mengerjakan pekerjaan gitu dan selesai nya dikita nya jadi lebih mudah kalo buat saya. jadi kalo saya pribadi justru senang orang – orang yang kaya gitu, karena saya sendiri merasa kebanantu dengan si kompetitif itu hahaha. Ya tiap profesi pasti ada lah yang kompetitif, bukan cuman di serial saja, jadi yang di serial race itu menggambarkan yang terjadi di dunia nyata mell hahaha” (I-4)*

Posisi hegemoni dominan ini ketika media menyampaikan pesan atau konten kepada audiens dan audiens tersebut memberikan respons dengan menyukai, setuju atau sejalan dengan konten yang diberikan. Jadi posisi hegemoni dominan ini merupakan posisi pemaknaan ketika informan setuju serta menerima pesan mengenai tugas dan fungsi public relations serta perjuangan dan perjalanan seorang PR. Pada posisi pemaknaan ini, informan menerima pesan mengenai tugas dan fungsi PR serta perjuangan dan perjalanan seorang PR yang disampaikan dalam serial Race yaitu menggambarkan tugas dan fungsi PR yang dikerjakan di kehidupan nyata seorang praktisi public relations. Informan yang menghasilkan

posisi domina ini menyetujui pesan tugas dan fungsi pada serial Race dengan selalu memberikan contoh pekerjaan yang dikerjakan dan perjuangan yang dialami.

Secara umum, para informan memiliki pemahaman mengenai konsep tugas dan fungsi public relations sehingga memudahkan dalam menafsirkan inti pesan. Dari empat informan, tiga di antaranya menunjukkan posisi pemaknaan hegemonik dominan, yaitu informan 1, informan 3 dan informan 4. Pernyataan dari informan 1, informan 3 dan informan 4 mendukung hal ini dengan penggambaran mereka tentang penerapan tugas dan fungsi serta perjuangan dan perjalanan yang dihadapi oleh ParkYoonjo sebagai tokoh utama dan karakter lainnya dalam serial Race sebagai praktisi Public Relations yaitu pekerjaan di bidang PR dan perjuangan.

Ketiga informan ini mengungkapkan bahwa stigma yang mengatakan bahwa PR tidak penting di sebuah perusahaan ini tidak benar, tugas dan fungsi PR sangat berperan besar untuk perusahaan, penggambaran dan penyelesaian konflik lalu penggambaran tugas dan fungsi PR di serial Korea Race membuat informan merasa tertarik untuk menonton serial Race karena ingin melihat penggambaran tugas dan fungsi PR di Korea apakah sama dengan yang di Indonesia, dan ternyata ketiga informan mengatakan sama seperti yang mereka kerjakan. Hal ini sesuai dengan fungsi serial yang dapat merefleksikan realitas sosial dalam kehidupan sehari – hari (Wulandari, 2019).

Informan yang berada dalam posisi hegemoni dominan dianggap sejalan dengan pesan yang disampaikan dalam serial Korea Race. Hal ini terlihat dari tanggapan positif dan konsisten yang diberikan terhadap serial Korea Race, pemahamannya terhadap tugas dan fungsi PR, pemahamannya terkait pentingnya PR bagi perusahaan, pemahamannya bukan hanya terkait persaingan yang kompetitif melainkan juga perjuangan dan perjalanan seorang praktisi public relations, cara membangun hubungan baik dengan media, klien atau stakeholders seperti yang digambarkan di serial Race.

Peneliti menemukan bahwa faktor pengalaman bekerja di bidang PR, cara penerapan tugas dan fungsi PR, penyelesaian tiap konflik, perjuangan dan perjalanan yang dihadapi seorang PR untuk mencapai tujuan yang diinginkan penggambaran dalam serial memengaruhi posisi informan dalam menerima pesan. Ini sejalan dengan teori resepsi Stuart Hall tentang Frame of reference, yang

emnyatakan bahwa bingkai referensi individu disesuaikan dengan faktor – faktor kontekstual dengan faktor pengalaman (Handayani, 2021).

## 2. *Oppositional Reading*

Khalayak sering dianggap sebagai individu yang sangat kritis dalam menilai pesan yang disampaikan oleh media, dan khalayak mampu untuk membentuk pandangan alternatif milik mereka sendiri. Posisi oposisi ini atau pembacaan oposisional adalah ketika audiens tidak setuju terhadap pesan media dan menolak makna yang terdapat pada penggambaran serta pesan yang diberikan. Pada akhirnya, khalayak menentukan alternatif lain dalam menginterpretasikan atau memahami pesan tersebut (Rofi & Rakhmad , 2020). Pada posisi pemaknaan oposisi reading ini, informan memiliki pemahaman lain terhadap pesan yang disampaikan pada serial drama Korea Race. Penerimaan informan juga disesuaikan dengan kondisi sosial atau pengalaman yang pernah informan alami. Informan 2 ragu mengatakan setuju mengenai pesan yang disampaikan di serial Race namun ada beberapa yang tidak sesuai dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

*“kaya pesan yang ingin disampaikan kaya mau ngegambarin pekerjaan public relations seperti tugas dan fungsinya tapi ya ditambahin dengan bumbu bumbu konflik. jadi kaya aku lebih ditunjukkan kaya dia menghadapi berbagai macam masalah yang menurut aku sebenarnya gak begitu begitu banget maksudnya kaya di Indonesia itu gak seperti itu begitu loh kenyataannya ada perbedaan yang menonjol begitu” (I-2)*

Sementara terkait dengan konflik yaitu mengenai pitching dimana pada serial tidak fair dan tidak sesuai dengan yang dialami informan 2. Ketika pitching tidak sampai 3 pihak terlibat. Berikut penjelasan informan 2 :

*“waktu dimana dia ada scene adegan dimana dia itu dipercaya buat presentasiin ide nya didepan apa namanya petinggi petinggi seyong begitu kan untuk strategi promosi tapi kemudian sudah ditentukan pemenangnya siapa begitu loh itu kaya menurutku disini kejadian tapi jarang, kalo disini itu lebih fair cara mainnya itu lebih fair ya kaya misalkan kita pitching terus ide kita memang bagus dan efektif terus promotif dan menjawab permasalahan begitu ya solubtif lah ibaratnya itu itu pasti bakalan terpilih begitu loh dan menurut aku juga apa ya sebenarnya kalo kita lagi pitching pitching begitu sih gak sampai 3 pihak yang terlibat begitu loh” (I-2)*

Selanjutnya informan 2 menyetujui mengenai hubungan baik dengan media, namun yang digambarkan pada serial Race terdapat media yang selalu ingin meliput mengenai perusahaan. Informan 2 menyatakan bahwa penggambaran tersebut di serial Race berlebihan tidak sesuai dengan kenyataan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

*“aku sih setuju ya maksudnya kaya ada perdebatan soal efektifitas strategi publisitas nya begitu loh begitu sih, terus kaya kemudian konflik sama media yang awal – awal scene banget ya kan kaya aku itu bingung begitu loh kaya disana itu konflik sama media nya itu kaya terkesan media tuhh peduli banget sama perusahaan padahal sebenarnya engga kok, orang jurnalis juga kalo engga kita kejar kejar dia gabakalan peduli sama apa ya eee aktifitas kita kemudian program program dikantor kita gitu loh.” (I-2)*

Selanjutnya informan 2 menjelaskan bahwa adanya perbedaan dalam menjalin hubungan dengan media seperti yang digambarkan pada serial Race yaitu dengan minum – minum bersama wartawan atau reporter, namun informan 2 merasakan ada perbedaan pendataan untuk menjalin hubungan dengan media. Berikut penjelasan informan 2 :

*“menjalin hubungan dengan media itu kalo di Korea kan di film Race dengan di Indonesia itu sangat berbeda, kalo dari korea itu mungkin karena budaya nya bebas ya walaupun kita sama sama budaya timur tapi kalo aku lihat itu kalo korea kaya lebih bebas saja kan kaya ada itu namanya agenda minum minum sama wartawan, minum minum sama reporter, begitu tuhh ada kalo kita tuhh gak minum minum tapi pendekatannya lebih ke ada acara perjamuan makan siang sama media tuhh ada namanya media lunch itu tuhh ada dan aku paling suka sama job itu karena kita hanya makan disitu” (I-2)*

Informan 2 juga menjelaskan bahwa tidak adanya persaingan yang kompetitif antar praktisi PR, seperti yang digambarkan pada serial Race. Berikut penjelasan informan 2 :

*“Jadi kalo persaingan antar brand atau antar pelaku pelaku praktisi praktisi PR atau agency itu udah engga ini sih engga apa namanya ga kompetitif sih karena malah kita saling kolaborasi gitu loh, karena kita tergabung dalam APRI kan jadi kita malah saling support saling membantu jadi sudah kaya gada rebutan rebutan klien itu itu sebenarnya sudah sangat jarang ditemukan sih” (I-2)*

Selanjutnya, informan 2 menyetujui bahwa representasi tugas dan fungsi PR di serial Race namun ia memiliki pendapat lain mengenai cara penerapan tugas dan fungsi tersebut, dimana ada perbedaan mengenai lobbying dan pitching. Berikut penjelasan informan 2 :

*“aku itu banyak sih sebenarnya relate juga sama mata kuliah mata kuliah PR yang aku pelajari di bangku kuliah ya, masalah untuk fungsi nya itu kita sebagai penyedia jasa kan kita itu pasti diminta sama klien bantuin klien buat merumuskan strategi komunikasi yang tepat kemudian membangun hubungan dengan pihak pihak terkait stakeholder stakeholders yang bersangkutan dengan klien kita begitu ya kaya yang aku bilang tadi, ada perbedaan terletak di faktor budaya ya jadi budaya di Korea mungkin lebih bebas walaupun sama sama asia tapi mereka tuh aku rasa lebih fleksibel lebih bebas dalam menentukan cara cara ngelobby media, ngelobby klien, ngelobby atasan, ngelobby pihak pihak ketiga gitu loh jadi menurutku kalo di Indonesia itu kan kita terikat sama yang namanya norma budaya jadi kaya gabisa tuh kaya kita ngelobby media dengan cara cara kaya yang minum minum kaya yang aku bilang tadi makan malem sih masih relate” (I-2)*

Selanjutnya, informan 2 tidak merasakan kesulitan menghadapi tantangan atau menjalani pekerjaan sebagai praktisi PR. Karena ia merasa bahwa menyukai bidang PR ini. berikut penjelasan informan 2 :

*“Kalo menghadapi tekanan itu, aku sih mostly sekarang happy happy saja yaa, gak merasa tertekan dengan tenggat waktu yang ketat apa segala macam karena mungkin suka dengan pekerjaan nya kali ya jadi aku merasa aku gak terbebani gitu loh kalo misalnya dikasih tantangan ini tantangan itu itu aku bisa enjoy, bisa menikmati bisa belajar lebih banyak lagi karena mungkin aku juga suka mengerjakannya begitu loh jadi aku merasa tertantang dan merasa bisa begitu loh” (I-2)*

Kemudian, informan 2 menjelaskan bahwa penggambaran hubungan jurnalis atau reporter di serial Race dengan tim PR Seyong sangat berbeda, penggambaran tersebut dimana mereka pergi untuk minum – minum dan seorang PR menceritakan mengenai permasalahan perusahaan di depan reporter tersebut seharusnya tidak dilakukan sehingga berdampak buruk untuk perusahaan. Meskipun berteman dengan reporter tetap harus profesional dan menjaga rahasia perusahaan. Berikut penjelasan informan 2 :

*“cuman untuk budaya kaya minum minum terus kemudian memisahkan hubungan profesional dengan hubungan pribadi tuh juga itu sih jadi penting ya jadi kaya kita tuh harus bisa memisahkan maksudnya kaya diluar kita sama klien kita ternyata temenan tapi saat pada bekerja walaupun dia teman kita tapi kita tetap harus bisa profesional harus bisa memenuhi kebutuhan yang dia butuhkan kita juga harus bisa menjaga kerahasiaan gitu loh” (I-2)*

Dalam posisi oppositional ini, audiens sering dianggap sebagai individu yang sangat krisis dalam menilai pesan yang disampaikan oleh media, dan audiens mampu untuk membentuk pandangan alternatif milik mereka sendiri. Posisi oposisi ini atau pembacaan oposisional adalah ketika audiens tidak setuju terhadap pesan media dan menolak maknanya. Pada akhirnya, audiens menentukan alternatif lain

dalam menginterpretasikan atau memahami pesan tersebut (Rofi & Rakhmad , 2020).

Dalam penelitian ini, satu informan yaitu informan 2 menunjukkan posisi pemaknaan oposisi. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa meskipun informan 2 memberikan tanggapan positif, pandangannya mengenai tugas dan fungsi PR tetap berbeda. Informan 2 memiliki pemaknaan lain terkait dengan penggambaran tugas dan fungsi PR, yang sesuai dengan pengalaman yang dialami oleh informan 2. Namun selain penggambaran tugas dan fungsi PR, informan 2 berpandangan bahwa penggambaran masalah yang terjadi pada public relations dalam serial Race merupakan aspek yang menarik karena memperkenalkan isu ESG yang merupakan isu yang sedang dibahas oleh praktisi PR di Indonesia beserta konflik – konflik lainnya.

Informan 2 menjelaskan bahwa penggambaran tugas dan fungsi PR yang ada di serial Race tidak sesuai dengan yang informan 2 alami. Informan 2 melihat penggambaran penerapan fungsi public relations yaitu lobbying yang dilakukan praktisi PR perusahaan Seyong dalam serial korea Race yang berbeda. Hal ini diperkuat dengan pernyataan informan mengenai penerapan fungsi lobbying sesuai pengalaman informan yakni dengan cara yang lebih mengutamakan norma – norma, tidak seperti di serial Korea yang bebas mengadakan acara minum – minum bersama media.

Namun, informan 2 juga kurang setuju mengenai penggambaran kedekatan reporter atau jurnalis dengan praktisi PR di serial Race, karena media terlalu mengejar – ngejar pemberitaan buruk mengenai perusahaan Seyong, lalu sebagai praktisi PR juga harus bisa profesional ketika berteman dengan reporter untuk tidak menceritakan permasalahan yang terjadi di internal perusahaan agar tidak membawa dampak buruk untuk perusahaan. Dari posisi pemaknaan ini juga terpengaruh oleh intensitas menonton informan 2, dimana informan 2 menonton ketika tidak melakukan aktifitas apapun sehingga bisa fokus memahami dan memaknai penggambaran tugas dan fungsi PR yang ada di serial Race.

Kemudian, informan juga menyatakan bahwa alur cerita, penggambaran tugas dan fungsi dan konflik yang di serial Race sudah memadai, tetapi informan 2 merasa pada bagian pitching tidak logis dan membingungkan karena adegan

tersebut menampilkan pitching yang dihadiri banyak pihak dan banyak agency, lalu menampilkan persaingan yang kompetitif yang tidak dirasakan informan, lalu media yang terlalu berlebihan dan rekan kerja yang tidak supportif dan tidak memiliki sifat humanis atau melakukan diskriminasi terhadap rekan kerja lainnya. Hal ini dapat memengaruhi audiens untuk mengikuti perilaku diskriminasi terhadap rekan kerja. Hal ini sejalan dengan salah satu fungsi serial sebagai media massa, yaitu untuk mempengaruhi audiens. Media massa berperan dalam mempengaruhi perilaku masyarakat secara luas (Asyari, 2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan 1, 3, dan 4 termasuk dominant-hegemonic dan informan 2 termasuk ke posisi oppositional reading hal ini dipengaruhi oleh penerapan tugas dan fungsi PR yang berbeda dan pengalaman yang berbeda hal tersebut meliputi faktor kontekstual.

Tabel 4. 4 Posisi Pemaknaan Informan terhadap Tugas dan Fungsi Public Relations

Deskripsi	Alline (I-1)	Raisa (I-2)	Elin (I-3)	Annisa (I-4)
Posisi	Dominan	Oposisi	Dominan	Dominan
	Keilmuan PR dan penggambaran tugas dan fungsi PR	Tugas dan fungsi PR, namun ada perbedaan yang menonjol dengan yang di Indonesia	Tugas dan Fungsi PR, PR penting untuk perusahaan	Tugas dan fungsi PR dibumbui konflik agar menarik penonton
	Setuju penyampaian pesan tugas dan fungsi PR	Adanya perbedaan ketika pitching dan tidak 3 pihak terlibat ketika pitching	Setuju penyampaian pesan tugas dan fungsi PR	Setuju penyampaian pesan tugas dan fungsi PR
	Setuju, menggambarkan realita di kehidupan nyata Dunia PR keras, penuh perjuangan, siap bekerja diluar jam kerja	Di serial race media terlalu peduli dengan perusahaan, berbeda di kehidupan nyata Tidak merasa terbebani jika ada tantangan karena dijalani dengan enjoy	setuju, menggambarkan realita di kehidupan nyata Kerja keras dan penuh ketekunan	Setuju, menggambarkan realitas di kehidupan nyata Harus bisa survive dan jangan mudah menyerah
	Setuju dengan representasi tugas dan fungsi PR	Setuju dengan representasi tugas dan fungsi PR, namun ada perbedaan ketika lobbying dan pitching	Setuju dengan representasi tugas dan fungsi PR	Setuju dengan representasi tugas dan fungsi PR
	Setuju, penggambaran hubungan baik dengan media Adanya persaingan seperti di Race Memiliki tim yang kompetitif	Setuju, namun perbedaan pendekatan dengan media Tidak merasakan persaingan Setuju namun Tidak merasakan kompetitif	Setuju, penggambaran hubungan baik dengan media Adanya persaingan seperti di Race Kompetitif dalam mengejar tujuan	Setuju, penggambaran hubungan baik dengan media Adanya persaingan seperti di Race Memiliki rekan kerja yang kompetitif

Sumber: Olahan Peneliti

Temuan :

1. Hasil wawancara menunjukkan bahwa informan 1, 3 dan 4 memiliki pengalaman lebih lama di bidang public relations dibandingkan informan 2. Informan 1, 3 dan 4 berada pada posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading disebabkan oleh pengalaman kontekstual mereka yaitu pada pengalaman bekerja, di mana ketiga informan tersebut sudah menjalani pekerjaan PR lebih lama sehingga penerapan tugas dan fungsi PR nya memiliki persamaan dengan penggambaran tugas dan fungsi PR yang ada di serial, hal tersebut karena pengalaman yang dialami oleh informan 1,3, dan 4 lebih beragam.
2. Hasil wawancara, dapat diketahui bahwa informan 2 memiliki pengalaman lebih sedikit di bidang public relations yaitu 1,5 tahun – 2 tahun. Informan 2 berada pada posisi oppositional reading sebagai hasil dari faktor kontekstual yang mempengaruhi pengalaman yang dijalani oleh informan 2, di mana terdapat penerapan yang berbeda terkait tugas dan fungsi yang ada di serial Race dengan kehidupan nyata informan 2
3. Informan 1, 3, dan 4 sepakat dengan preferred reading yang menganggap serial Race sebagai media yang berfungsi sebagai sarana untuk menggambarkan tugas dan fungsi praktisi PR kepada khalayak serta perjuangan dan perjalanan yang akan dialami seorang praktisi PR dalam penerapan tugas dan fungsi sebagai praktisi PR. Maka dari itu ketiga informan yang memiliki pengalaman di bidang public relations lebih dari 1,5 tahun setuju bahwa tugas dan fungsi PR sesuai dengan yang digambarkan dalam serial Race.

### **Posisi Pemaknaan Informan**

Berdasarkan wawancara dengan informan 1, seorang perempuan berusia 26 tahun yang tinggal di Jakarta Selatan, yang memiliki pengalaman 5 tahun di bidang public relations di PT. Multilateral Global Cahaya (Digital Agency Viral MGC), dia menyatakan bahwa serial Race menggambarkan kehidupan nyata dengan akurat. Informan 1 (Alline) berpendapat bahwa elemen – elemen dalam serial ini

mencerminkan pengalaman praktisi public relations secara nyata. Dia melihat bahwa alur cerita, pesan, dan cara penyampaian dalam serial tersebut menyoroti tugas dan fungsi PR serta mencerminkan kejadian sehari – hari dalam profesi public relations. Perjalanan dan perjuangan yang digambarkan di serial Race juga dialami oleh informan 1.

Informan 1 juga berbicara tentang cara ia menjalankan tugas PR yaitu acara spesial / event. Menurutnya, yang ada pada penggambaran serial Race sesuai dengan yang ia alami. Dia terlibat dalam melakukan konferensi pers, seperti yang digambarkan di serial Race. Menurutnya, bahwa sebagai seorang praktisi PR harus bisa handle dan mengorganisir konferensi pers. Informan 1 setuju mengenai penggambaran tugas praktisi PR pada hubungan media dan penempatan media, ia mengatakan bahwa sebagai PR memang harus memiliki kedekatan dengan media atau klien, untuk klien harus bisa memberikan service terbaik agar klien merasakan nyaman ketika bekerja sama. Lalu kedekatan dengan media, ia mengatakan bahwa biasanya akan ada media gathering, minum – minum bersama, makan bersama dan lain – lain karena kedekatan praktisi PR dengan media sangat membawa banyak manfaat, PR membutuhkan media untuk menyebarkan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan. Sehingga PR dengan media harus bisa menjaga relasi yang baik.

Informan 1 juga setuju bahwa penggambaran mengenai fungsi PR yaitu hubungan internal yang digambarkan pada serial Race juga sesuai dengan yang dialami oleh informan 1. Menurutnya, menjaga hubungan baik dengan tim internal juga sangat penting, seperti yang digambarkan pada serial Race dimana rekan kerja bersama – sama memecahkan dan menyelesaikan permasalahan, informan 1 pun merasakan bahwa ketika adanya permasalahan atau isu, ia bersama dengan tim dan divisi lainnya berkomunikasi dan diskusi untuk mencari jalan tengah agar permasalahan selesai.

Informan 1 pun setuju bahwa perjuangan dan perjalanan yang dialami oleh praktisi PR lumayan berat, karena adanya jam kerja yang tidak sesuai dan harus siap standby. Menurutnya, penggambaran praktisi PR di serial Race sesuai dengan yang ia alami, harus selalu standby ketika dibutuhkan. Informan 1 juga setuju mengenai penggambaran lobbying, pitching, menulis dan mengedit yang

digambarkan di serial Race. Konflik yang dialami di serial Race pun menurutnya akan dialami di setiap praktisi PR. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa Alline (informan 1) setuju bahwa serial ini menggambarkan tugas dan fungsi PR seperti di kehidupan nyata dan penerapan yang digambarkan sesuai dengan yang dialami.

Berdasarkan wawancara dengan informan 1, peneliti menemukan bahwa **informan 1 berada dalam posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading**, di mana ia menerima dan menyetujui interpretasi utama (preferred reading) dari serial Race untuk menggambarkan tugas dan fungsi praktisi PR kepada khalayak serta perjuangan dan perjalanan yang akan dialami seorang praktisi PR dalam penerapan tugas dan fungsi PR. Hal ini didasari dengan faktor kontekstual pengalaman, di mana informan 1 memiliki pengalaman selama 5 tahun di bidang PR sehingga sudah lama merasakan dan menjalankan tugas dan fungsi PR.

Informan 1 memiliki pengalaman lebih lama dibanding informan 2, 3 dan 4 sehingga akan merasakan perjuangan dan penerapan tugas dan fungsi PR yang berbeda – beda. Intensitas menonton informan 1 juga dapat mempengaruhi proses pemaknaan dimana ketika informan 1 menonton serial Race ini di waktu istirahat ketika sedang bekerja dan dilakukan ketika sedang makan siang sehingga tentunya akan mempengaruhi fokus menonton serial Race. Informan 1 mengetahui bagaimana penerapan tugas dan fungsi PR yang ada di serial dan yang ia alami. Berdasarkan pengalamannya, **informan 1 sepakat bahwa serial Race ini menggambarkan tugas dan fungsi praktisi PR serta menggambarkan perjuangan dan perjalanan yang akan dialami seorang praktisi PR dalam penerapan tugas dan fungsi PR.**

Berdasarkan wawancara dengan informan 2, yang merupakan wanita berusia 24 tahun dan tinggal di Tangerang Selatan, dia memiliki pengalaman bekerja di bidang public relations selama 1,5 tahun hingga 2 tahun di Kandi Imaji. Informan 2 (Raisa) menyatakan bahwa serial Race memang menggambarkan tugas dan fungsi PR, namun ia merasakan adanya perbedaan dalam menerapkan tugas dan fungsi PR. Dia melihat bahwa alur cerita nya mengenai tugas dan fungsi tidak sesuai dengan yang terjadi dalam kehidupan sehari – hari, seperti penerapan tugas dan fungsi PR yang digambarkan di serial Race.

Informan 2 menjelaskan bahwa pesan yang ingin disampaikan di serial Race ini memang untuk memberikan gambaran mengenai pekerjaan public relations terkait dengan tugas dan fungsi PR. Namun informan 2 memberikan pendapat bahwa ia tidak setuju dengan yang ada di serial Race, ia mengatakan bahwa apa yang digambarkan di serial Race tidak sesuai dengan kehidupan nyata sehingga terlihat perbedaan yang menonjol dengan serial Race dan kehidupan nyata informan 2. Informan 2 juga berbicara tentang perbedaan ketika adanya penggambaran di serial Race yaitu Pitching yang digambarkan tidak fair dan tidak sesuai yang dialami oleh informan 2. Menurutnya, sesuai dengan pengalaman informan 2 bahwa ketika pitching tidak banyak pihak yang terlibat biasanya hanya 2 pihak saja yang terlibat, namun pada serial Race digambarkan ketika pitching terdapat banyak pihak sehingga membuat informan 2 merasa berbeda penerapannya dengan yang ia alami.

- Informan 2 menyetujui mengenai tugas terkait hubungan media dan penempatan media, dimana ia menyetujui bahwa sebagai PR harus berhubungan baik dengan media. Namun, menurut informan 2 yang digambarkan di serial Race terlalu berlebihan dan tidak sesuai dengan kenyataan informan 2. Pada penggambaran di serial Race terlihat bahwa media terlalu mengejar – ngejar atau peduli terhadap perusahaan, namun yang dirasakan informan 2 bahwa kenyataannya media tidak terlalu peduli dengan aktifitas atau program yang ada di kantor. Sehingga menurut informan 2 hal tersebut sangat dilebih – lebihkan dan tidak sesuai.

Informan 2 juga berbicara tentang adanya perbedaan dalam menjalin hubungan dengan media seperti yang digambarkan di serial Race yaitu dengan penggambaran scene minum – minum bersama wartawan atau reporter, informan 2 merasakan hal tersebut berbeda dengan apa yang informan 2 alami. Penggambaran di serial Race adalah minum – minum alkohol, namun yang informan 2 alami adalah hanya media lunch yaitu makan siang dengan media. Sehingga hal tersebut terlihat sekali perbedaan penerapannya dengan kehidupan informan 2.

Informan 2 juga mengatakan bahwa tidak merasakan ada tantangan atau perjuangan yang berat ketika menjalani pekerjaan sebagai praktisi PR. Karena ia menjalankan tugas ini dengan enjoy, sehingga tidak merasakan perjuangan yang

digambarkan di serial Race. Lalu informan 2 juga menjelaskan bahwa penggambaran hubungan jurnalis atau reporter di serial Race dengan tim PR Seyong sangat berbeda dengan yang ada di kehidupan nyata informan 2. Pada serial Race terlihat penggambaran dimana seorang praktisi PR menceritakan permasalahan perusahaan di depan reporter dimana seharusnya hal tersebut tidak dilakukan karena akan berdampak buruk untuk perusahaan. Menurutnya, sebagai seorang PR yang berteman dengan reporter atau wartawan itu harus tetap profesional dan menjaga rahasia perusahaan.

Berdasarkan wawancara dengan informan 2, peneliti menemukan bahwa **informan 2 berada dalam posisi pemaknaan oppositional reading (oposisi)**, di mana ia menolak interpretasi pesan (preferred reading) dari serial Race untuk menggambarkan tugas dan fungsi praktisi PR kepada khalayak serta perjuangan dan perjalanan yang akan dialami seorang praktisi PR dalam penerapan tugas dan fungsi PR. Hal ini didasari dengan faktor kontekstual pengalaman, di mana informan 2 memiliki pengalaman yang belum lama yaitu 1,5 – 2 tahun saja di bidang PR sehingga belum memiliki pengalaman yang banyak dan cukup lama dalam merasakan dan menjalankan tugas dan fungsi PR.

Informan 2 ini memiliki pengalaman lebih sedikit dibandingkan dengan informan 1,3 dan 4 sehingga belum merasakan perjuangan dan penerapan tugas dan fungsi PR yang berbeda – beda. Intensitas menonton informan 2 juga dapat mempengaruhi proses pemaknaan dimana ketika informan 2 menonton serial Race ini pada saat weekend dan tanpa melakukan aktifitas apapun, sehingga jika tidak melakukan aktifitas apapun tentunya akan memberikan fokus lebih ke serial tersebut dan dapat melihat perbedaan serta persamaan yang digambarkan di serial Race. Informan 2 mengetahui bagaimana penerapan tugas dan fungsi PR yang ada di serial dan yang ia alami. Karena pengalaman dan penerapan yang dimilikinya berbeda dengan penggambaran di serial Race. Sehingga **informan 2 ini tidak menyetujui terkait penggambaran tugas dan fungsi PR serta menggambarkan perjuangan dan perjalanan di serial Race karena berbeda dengan yang dialami di kehidupan nyata informan 2.**

Berdasarkan wawancara dengan informan 3, yang merupakan wanita berusia 29 tahun dan tinggal di Jakarta, informan 3 memiliki pengalaman kerja di

bidang public relations selama 3 hingga 4 tahun di Zipmex Indonesia. Informan 3 (Elin) menyebutkan bahwa serial Race mencerminkan dengan akurat kehidupan nyata. Menurutnya, berbagai aspek yang ditampilkan dalam serial ini benar – benar mencerminkan pengalaman praktisi public relations. Dia melihat bahwa alur cerita, pesan dan penyampaiannya berfokus pada tugas dan fungsi PR serta mencerminkan apa yang terjadi dalam kehidupan sehari – hari. Perjalanan dan perjuangan yang digambarkan di serial Race juga dialami oleh informan 3.

Informan 3 juga berbicara tentang cara ia menjalankan tugas PR yaitu acara spesial / event. Menurutnya yang ada pada penggambaran serial Race ini sesuai dengan yang ia alami. Dia terlibat secara end to end dalam melakukan konferensi pers, seperti yang digambarkan di serial Race. Menurutnya, bahwa sebagai praktisi PR ketika sedang melakukan konferensi pers harus bisa membuat strategi, mengetahui objektifnya, kekurangannya, pencapaiannya, dan hal – hal lain yang memang dibutuhkan. Informan 3 pernah melakukan konferensi pers untuk launching crypto revolution, sehingga sebagai PR harus bisa berkomunikasi dan berdiskusi dengan tim – tim yang terlibat.

Informan 3 setuju mengenai penggambaran tugas praktisi PR pada hubungan media dan penempatan media, ia mengatakan bahwa sebagai PR memang harus memiliki kedekatan dengan media atau klien, ia menjelaskan bahwa dengan media harus dijadikan teman karena saling membutuhkan satu sama lain. Lalu dengan klien agar klien merasakan nyaman ketika bekerja sama. Lalu kedekatan dengan media, ia mengatakan bahwa biasanya untuk ngelobby media dengan mengadakan acara makan atau minum – minum sama seperti yang digambarkan di serial Race namun tergantung dari budget perusahaan masing – masing. Tidak hanya itu saja, informan 3 juga menjelaskan bahwa adanya media kit, media gathering dan lain – lain.

Pada serial Race dapat dilihat bahwa penggambaran tugas dan fungsi PR melakukan banyak sekali tugas, informan 3 merasakan hal yang sama dimana ia bekerja di public relations harus bisa mengerjakan semuanya, mulai dari komunikasi kepada stakeholders, perilsan produk untuk membuat strategi launching produknya, lalu rilis campaign atau presscon, informan 3 sebagai PR harus bekerja sepenuhnya untuk membuat konsep dan strategi, pelaksanaannya

tugas dan fungsi PR, sehingga ia merasakan hal yang sama seperti yang ada di serial Race.

Informan 3 juga setuju bahwa penggambaran mengenai fungsi PR yaitu hubungan internal yang digambarkan pada serial Race ini sesuai dengan yang dialami oleh informan 3. Menurutnya, menjaga hubungan baik dengan tim internal sangat penting, seperti yang digambarkan pada serial Race dimana rekan kerja bersama – sama memecahkan dan menyelesaikan permasalahan, informan 3 pun merasakan bahwa ketika adanya permasalahan atau isu, ia bersama dengan tim dan divisi lain seperti public policy dan tim sosial media untuk berkomunikasi dan berdiskusi untuk mencari jalan tengah agar permasalahan selesai. Informan 3 pun setuju bahwa perjuangan dan perjalanan yang dialami oleh praktisi PR lumayan berat dan butuh perjuangan, karena sebagai praktisi PR harus bisa berpikir kritis dan cepat tanggap tanpa mengenal waktu. Informan 3 juga setuju mengenai penggambaran lobbying, pitching, menulis dan mengedit, training, event, publisitas dan lain – lain yang digambarkan di serial Race. Konflik yang dialami di serial Race pun menurutnya akan dialami di setiap praktisi PR. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa Elin (informan 3) setuju bahwa serial ini menggambarkan tugas dan fungsi PR seperti di kehidupan nyata dan penerapan yang digambarkan sesuai dengan yang dialami.

Berdasarkan wawancara dengan informan 3, peneliti menemukan bahwa **informan 3 berada dalam posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading**, di mana ia menerima dan menyetujui interpretasi utama (preferred reading) dari serial Race untuk menggambarkan tugas dan fungsi praktisi PR kepada khalayak serta perjuangan dan perjalanan yang akan dialami seorang praktisi PR dalam penerapan tugas dan fungsi PR. Hal ini didasari dengan faktor kontekstual pengalaman, di mana informan 3 ini memiliki pengalaman selama 3 -4 tahun di bidang PR sehingga sudah lama merasakan dan menjalankan tugas dan fungsi PR.

Informan 3 memiliki pengalaman lebih lama dibanding informan 2 sehingga akan merasakan perjuangan dan penerapan tugas dan fungsi yang berbeda – beda. Intensitas menonton informan 3 juga dapat mempengaruhi proses pemaknaan dimana ketika informan 3 menonton serial Race ini di weekend atau waktu istirahat ketika sedang bekerja dan dilakukan ketika sedang makan siang sehingga tentunya

akan mempengaruhi fokus menonton serial Race. Berdasarkan pengalaman yang dimilikinya, informan 3 menyatakan persetujuannya bahwa **informan 3 setuju bahwa serial Race ini menggambarkan tugas dan fungsi praktisi PR serta menggambarkan perjuangan dan perjalanan yang akan dialami seorang praktisi PR dalam penerapan tugas dan fungsi PR.**

Hasil wawancara dengan informan 4, seorang wanita berusia 32 tahun yang tinggal di Tangerang Selatan, mengungkapkan bahwa informan ini memiliki pengalaman selama 3 – 4 tahun di bidang public relations di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan. Informan 4 menilai bahwa serial Race mencerminkan realitas kehidupan nyata dengan akurat, dan berpendapat bahwa elemen – elemen yang ditampilkan dalam serial tersebut benar – benar terjadi dalam pengalaman para praktisi public relations. Dia melihat bahwa alur cerita, pesan dan penyampaiannya berfokus pada tugas dan fungsi PR serta mencerminkan apa yang terjadi dalam kehidupan sehari – hari. Perjalanan dan perjuangan yang digambarkan di serial Race juga dialami oleh informan 4.

Informan 4 juga berbicara tentang ia menjalankan tugas PR yaitu acara spesial / event. Menurutnya, yang ada pada penggambaran serial Race sesuai dengan yang ia alami. Meskipun jarang mengadakan konferensi pers, namun informan 4 terlibat dalam melaksanakan konferensi pers yaitu untuk mobilisasi media massa untuk menyebarkan terkait hasil konferensi pers. Informan 4 setuju mengenai penggambaran tugas praktisi PR pada hubungan media dan penempatan media, ia mengatakan bahwa sebagai seorang PR harus berhubungan baik dengan media massa maupun dengan media online. Kedekatan dengan media merupakan hal yang wajar bagi seorang praktisi PR karena seorang PR akan terus berhadapan dengan media dan jurnalis, informan 4 sangat berhubungan baik dengan media dan jurnalis karena memudahkan untuk mengirimkan press release atau artikel.

Informan 4 juga setuju bahwa penggambaran mengenai fungsi PR yaitu hubungan internal yang digambarkan pada serial Race juga sesuai dengan yang dialami oleh informan 4. Menurutnya, menjaga hubungan baik dengan tim internal juga sangat penting, seperti yang digambarkan pada serial Race dimana rekan kerja bersama – sama saling membantu, hal tersebut juga dirasakan oleh informan 4. Ketika adanya permasalahan atau isu, mereka bekerja sama dengan divisi lain untuk

menyelesaikan dan memecahkan permasalahan tersebut. Informan 4 pun setuju bahwa perjuangan dan perjalanan yang dialami oleh praktisi PR lumayan berat, karena adanya jam kerja yang tidak sesuai dan tidak dapat libur dengan tenang karena harus selalu standby dan update. Informan 4 juga setuju mengenai pernggambaran tugas mengenai hubungan media dan penempatan media, publisitas, riset, lobbying, menulis dan mengedit, public affairs, press agentry dan training. Konflik yang dialami di serial Race pun menurutnya akan dialami di setiap praktisi PR. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa Annisa (informan 4) setuju bahwa serial ini menggambarkan tugas dan fungsi PR seperti di kehidupan nyata dan penerapan yang digambarkan sesuai dengan yang dialami.

Berdasarkan wawancara dengan informan 4, peneliti menemukan bahwa **informan 4 berada dalam posisi pemaknaan dominant-hegemonic reading**, di mana ia menerima dan menyetujui interpretasi utama (preferred reading) dari serial Race untuk menggambarkan tugas dan fungsi praktisi PR kepada khalayak serta perjuangan dan perjalanan yang akan dialami seorang praktisi PR dalam penerapan tugas dan fungsi PR. Hal ini didasari dengan faktor kontekstual pengalaman, di mana informan 4 memiliki pengalaman selama 3 – 4 tahun di bidang PR sehingga sudah lama merasakan dan menjalankan tugas dan fungsi PR.

Informan 4 memiliki pengalaman lebih lama dibanding informan 2, sehingga akan merasakan perjuangan dan penerapan tugas dan fungsi PR yang berbeda – beda. Intensitas menonton informan 4 juga dapat mempengaruhi proses pemaknaan dimana ketika informan 4 menonton serial Race ini disaat weekend atau saat ada waktu luang dilakukan ketika sedang makan atau sedang nyemil sehingga tentunya akan mempengaruhi fokus menonton serial Race. Informan 4 mengetahui bagaimana penerapan tugas dan fungsi PR yang ada di serial dan yang ia alami. Karena pengalaman yang dimilikinya, **informan 4 setuju bahwa serial Race ini menggambarkan tugas dan fungsi praktisi PR serta menggambarkan perjuangan dan perjalanan yang akan dialami seorang praktisi PR dalam penerapan tugas dan fungsi PR.**

