

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Public Relations, dalam praktiknya selalu berkenaan dengan kegiatan yang dilaksanakan oleh lembaga, organisasi maupun perusahaan dengan tujuan menciptakannya hubungan yang baik sekaligus dapat sejalan dengan tujuan lembaga, organisasi maupun perusahaan tersebut dengan membangun komunikasi timbal balik, diantaranya khalayak internal maupun eksternal. Dalam kegiatan yang menunjang *public relations* dalam menciptakan hubungan baik salah satunya yaitu *media relations*.

Media relations adalah bentuk kegiatan *public relations* eksternal, dengan tujuan membina serta meningkatkan hubungan baik dengan media. Menurut Ropingi : 2017, media adalah mitra bagi praktisi *public relations* (reporter, wartawan, jurnalis) untuk membangun komunikasi dengan khalayak luas.

Di era ini lembaga, organisasi maupun perusahaan sudah mengerti bahwa pentingnya publikasi. Media yang berfungsi sebagai jembatan antara lembaga, organisasi maupun perusahaan dalam menyampaikan pesan tidak dapat diabaikan.

Dalam penyampaian pesan agar mendapatkan tujuan yang sama antara *public relations* dengan media maka menjalin hubungan baik perlu dijalankan.

Hubungan baik tersebut dapat dijalankan dalam kegiatan *media relations* diantaranya *press conference* (konferensi pers), *press tour* (perjalanan media), *press gathering* (pertemuan informal), *interview* (wawancara), *press release* (tertulis), *special event* (ajang khusus), *media mapping* (pemetaan media), dan *massa media research* (riset media masa).

Press gathering adalah kegiatan *media relations* yang bertujuan mempererat hubungan lembaga, organisasi maupun perusahaan dengan media dan menjalin relasi dengan tujuan memberikan informasi yang dapat dikomunikasikan kembali kepada khalayak oleh media tersebut. Di dalam *press gathering*, mitra *public relations* (reporter, wartawan, jurnalis) dapat berdialog, menanyakan atau mengklarifikasi isu-isu yang terkait dengan lembaga, organisasi atau perusahaan tersebut guna menjalin pendekatan emosional. Salah satu Lembaga Pemerintah yang melaksanakan *press gathering* adalah Badan Narkotika Nasional (BNN).

Badan Narkotika Nasional adalah sebuah Lembaga Pemerintah Non Kementrian (LPNK) Indonesia. Badan Narkotika Nasional yang berkantor pusat Jalan MT.Haryoto No. 11, Cawang, Kramat Jati, Jakarta Timur 13630, Indonesia. Di dalam menjalankan programnya dan menjaga reputasinya yakni dengan, menjalin hubungan baik dengan khalayak baik internal maupun eksternal salah satunya dengan media.

Kegiatan *media relations* yang dilaksanakan Badan Narkotika Nasional terhitung lebih dari satu diantaranya *press conference*; ketika ingin melaksanakan pemusnahan barang bukti narkoba yang juga dihadiri oleh para tersangka kasus pengedaran atau pengedar serta pengguna, *press release*; memberikan keterangan terkait isu yang beredar di masyarakat, *interview*; dapat dilakukan dalam setiap *event*, *special event*; memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat di dalam kegiatan pameran maupun *workshop*.

Hal-hal yang di paparkan di atas menggali dan mendeskripsikan kegiatan *media relations* Badan Narkotika Nasional melalui *press gathering*. Menjalin hubungan baik antara Badan Narkotika Nasional kepada media.

Berdasarkan penjelasan tersebut, Penulis tertarik untuk membahas “Kegiatan Public Relations Badan Narkotika Nasional Dalam Media Relations Melalui Kegiatan Press Gathering “Coffee Morning””.

1.2 Topik Laporan

Topik kegiatan Kuliah Kerja Praktek (KKP) ialah bagaimana kegiatan *Public Relations* Badan Narkotika Nasional Dalam *Media Relations* Melalui Kegiatan *Press Gathering “Coffee Morning”*?

1.3 Tujuan Kuliah Kerja Praktek

Adapun tujuan Kuliah Kerja Praktek (KKP) adalah sebagai berikut :

1. Mengembangkan wawasan dan pengalaman dalam melakukan pekerjaan yang sesuai bidang keahlian yang dimiliki,
2. Agar dapat memperoleh keterampilan dan pengalaman kerja praktis, sehingga dapat memecahkan permasalahan yang ada,
3. Untuk memahami dan mempelajari lebih lanjut tentang tugas seorang *Public Relations* di Badan Narkotika Nasional,
4. Untuk memahami dan mempelajari tentang kegiatan *media relations* yang dilaksanakan Badan Narkotika Nasional,
5. Untuk memahami tujuan dari kegiatan *media relations* yang dilakukan *public relations* Badan Narkotika Nasional

1.4 Manfaat Kuliah Kerja Praktek

Adapun laporan ini memiliki manfaat dan kegunaan, terbagi menjadi dua yaitu :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Mempelajari dan memahami tata cara *public relations* Badan Narkotika Nasional dalam menjalankan kegiatan terutama *media relations*.

2. Dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam wawasan konsep praktek kerja di bidang *public relations*.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bermanfaat bagi penulis untuk mengetahui gambaran nyata seputar dunia kerja *public relations*.
2. Memperkaya pengalaman, pengetahuan untuk dapat mempraktikkan kegiatan yang dilakukan *public relations* Badan Narkotika Nasional.
3. Meningkatkan rasa percaya diri, kemampuan bekerja sama, dan bersosialisasi dengan orang lain dalam dunia kerja.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar mempermudah dan tetap berada di dalam pokok sistematika penulisan masalah yang akan dibahas, maka perlu dibentuk gambaran garis besar penulisan. Penulisan dari laporan Kuliah Kerja Praktek terdiri dari 5 (lima) bab, sebagai berikut :

BAB I

Pendahuluan

Beirsi uraian latar belakang, topik laporan, tujuan KKP, manfaat KKP, serta sistematika penulisan.

- BAB II
Kerangka Teori
Mendeskripsikan serta mengkaji teori yang terkait dengan kegiatan selama KKP dengan menguraikan melalui Tinjauan Pustaka dan Prosedur Teoritis.
- BAB III
Gambaran perusahaan tempat PKL
Berisi tentang penjelasan lebih dalam tentang perusahaan sebagai tempat KKP mengenai sejarah perusahaan, gambaran dan ruang lingkup pekerjaan perusahaan, gambaran unit kerja, struktur organisasi beserta job desk, dan menjelaskan kegiatan KKP.
- BAB IV
Pembahasan
Membahas kegiatan yang dilakukan selama KKP disertai bahasan pelaksanaan kegiatan KKP dengan teori dan praktek yang ada.
- BAB V
Penutup
Kesimpulan dan saran berdasarkan hasil laporan KKP Kegiatan *Public Relations* Badan Narkotika Nasional dalam *Media Relations* Melalui *Press Gathering* “Coffee Morning”