

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri media saat ini telah berkembang dengan begitu pesat apabila dibandingkan dengan kondisi beberapa tahun lalu. Dengan semakin banyaknya stasiun TV baru di industri pertelevisian ini, praktis telah menciptakan iklim persaingan yang tidak mungkin dihindari. Untuk itu stasiun-stasiun TV dituntut untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang unik jika ingin bertahan di tengah persaingan media yang terjadi. Apabila dilihat dari tingkat antusiasme masyarakat yang semakin besar dalam menilai suatu tayangan di televisi, hal ini merupakan keuntungan sekaligus kerugian dari pihak televisi. Dimana masyarakat bisa menjadi konsumen setia bagi stasiun TV sekaligus menjadi penyerang ketika masyarakat mulai tidak menyukai tayangan yang disuguhkan.

Oleh karena itu peran seorang *Public Relations* sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan. *Public Relations* berupaya untuk memengaruhi publik agar memberikan opini positif bagi organisasi atau perusahaan, namun pada sisi lain

Public Relations harus berupaya mengumpulkan informasi dari khalayak, menginterpretasikan informasi itu dan melaporkannya kepada manajemen jika informasi itu memiliki pengaruh terhadap keputusan manajemen. *Public Relations* harus memberikan perhatian terhadap pikiran dan perasaan khalayak terhadap organisasi. *Public relations* harus menjadi saluran arus bolak balik antara organisasi dan khalayaknya. Oleh karena itu, pentingnya peran *Public Relations* dalam kunci menjalankan roda perusahaan untuk mengetahui dan merespon kritik dan saran dari masyarakat lebih cepat.

RCTI lahir pada tanggal 24 Agustus 1989, mengawali sejarah industri pertelevisian sebagai televisi swasta pertama di Indonesia. RCTI muncul di tengah masyarakat sebagai terobosan baru dengan menyajikan berbagai program acara hiburan, informasi, pendidikan dan berita yang dikemas secara apik dan menarik sehingga menjadi pilihan utama pemirsa setianya. RCTI berusaha dengan gigih agar selalu dapat menyajikan program-program acara yang tepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, sebagian besar program-program unggulan yang merupakan hasil cipta RCTI menjadi inspirasi bagi program-program sejenis di berbagai stasiun televisi. Kualitas program-program RCTI pada akhirnya mengantarkan RCTI untuk selalu menjadi yang terdepan dalam industri penyiaran TV di Indonesia.

Dalam perkembangannya, RCTI sebagai lembaga televisi selain saling bekerja sama dengan orang-orang internal perusahaan demi mewujudkan visi misinya, juga berhubungan baik dengan pihak luar. Baik itu dengan pihak Pemerintahan, lembaga,

perusahaan lain serta masyarakat. Masyarakat sebagai konsumen yang akan menjadi tolak ukur bagi keberhasilan suatu institusi media semakin pintar untuk memilih program-program dan tayangan yang menarik menurut mereka. Perkembangan ilmu teknologi dan saluran media juga membuat masyarakat lebih leluasa untuk berpendapat dan menyampaikan kritik atau saran terhadap program-program yang ditayangkan oleh RCTI. RCTI sendiri memberikan keleluasaan masyarakat untuk memberikan kritik dan saran melalui media salah satunya melalui website resmi RCTI yang langsung masuk ke email RCTI.

Email (*electronic mail*) hingga sejauh ini merupakan aplikasi Internet yang paling banyak digunakan. Jumlah pengguna email jauh melebihi pengguna Web, dan banyak pengguna baru yang menyatakan bahwa mereka online karena menginginkan email. Sejumlah bisnis telah menggunakan email sebagai medium untuk komunikasi layanan pelanggan mereka. Mereka lebih memilih menggunakan email daripada telepon sebagai tambahan. Layanan pelanggan email bisa lebih efektif dari segi biaya dibanding telepon, karena tarif SLJJ dan SLI tidak diterapkan dalam email. Keuntungan lain lagi, tanggapan email bisa diotomatiskan atau disimpan dalam database, kemudian diolah oleh petugas. (Kienan, 2001 : 117).

Email merupakan salah satu media yang sering dipilih masyarakat untuk menyampaikan keluhan ataupun pujian pada pihak RCTI. Dibandingkan dengan surat, telepon atau tatap muka, melalui email dinilai lebih praktis. Masyarakat tidak perlu menghabiskan pulsa untuk menelepon pihak RCTI atau tidak perlu jauh-jauh

pergi ke RCTI untuk menyampaikan keluhan. Mereka cukup membuka website RCTI melalui handphone, laptop, atau media elektronik lain sehingga lebih praktis dan cepat. Seluruh kritik dan saran yang masuk ditangani langsung oleh divisi *Corporate Secretary* atau lebih dikenal dengan nama *Corsec*. Fungsinya adalah sebagai jembatan penghubung antara masyarakat dan pihak internal perusahaan. Sementara manfaat dari *Corsec* adalah menciptakan citra positif perusahaan di mata masyarakat. Berdasarkan hal ini, maka penulis fokus untuk membahas tema “*Kegiatan Penanganan Keluhan Melalui Email oleh PR RCTI Periode 10 Desember – 12 Februari 2013*”.

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Praktik

Tujuan Praktik Kerja Lapangan dibagi menjadi dua bagian yaitu tujuan akademis dan tujuan praktis :

1.2.1 Tujuan Akademis

- a. Menerapkan ilmu yang telah dipelajari semasa perkuliahan di dalam lingkungan kerja
- b. Membekali mahasiswa untuk mengetahui bagaimana kinerja *Public Relations* professional di dunia kerja
- c. Membangun hubungan baik antara relasi di tempat melakukan Praktik Kerja Lapangan
- d. Mengetahui sistematika penanggulangan masalah pada perusahaan dan cara mengatasinya

1.2.2 Tujuan Praktis

Dilakukannya Praktik Kerja Lapangan adalah untuk mengetahui “*Kegiatan Penanganan Keluhan Masyarakat Melalui Email oleh PR RCTI Periode 10 Desember – 12 Februari 2013*”.

1.3 Kegunaan Kuliah Kerja Praktek

1.3.1. Teoretis

Manfaat teoretis, penulis dapat mengaplikasikan dan menggunakan teori yang sudah dipelajari di perkuliahan dan merealisasikannya di dunia kerja, serta melatih kemandirian, kedisiplinan dan potensi diri penulis di dunia kerja. Mengetahui “*Kegiatan Penanganan Keluhan Masyarakat Melalui Email oleh PR RCTI Periode 10 Desember – 12 Februari 2013*” secara teoretis.

1.3.2. Praktis

- a. Dapat digunakan penulis untuk mengetahui lebih jauh pekerjaan seorang *PR* pada praktiknya dalam menjalankan profesinya sebagai *PR* professional
- b. Penulis dapat mengetahui bagaimana kegiatan penanganan keluhan sebagai *PR*.
- c. Mengetahui bagaimana “*Kegiatan Penanganan Keluhan Masyarakat Melalui Email oleh PR RCTI Periode 10 Desember – 12 Februari 2013*”

1.4 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Kuliah Kerja Praktik

1.4.1. Lokasi

Penulis melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini di Kantor RCTI yang berlokasi di Jl. Raya Perjuangan No.1 Kebun Jeruk, Jakarta Barat.

1.4.2. Waktu

Waktu pelaksanaan penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan pada tanggal 10 Desember 2011 sampai dengan 12 Februari 2012.