

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi fungsi *public relations* sangatlah berguna untuk lembaga pemerintahan maupun lembaga swasta dan juga organisasi lainnya. *Public relations* berfungsi untuk menghubungkan antara lembaga atau perusahaan kepada publiknya. Ada dua macam publik yang menjadi sasaran yaitu : publik internal maupun publik eksternal.

Pada dasarnya fungsi utama *public relations* adalah menjalin relasi serta hubungan baik terhadap publiknya agar dapat membangun, membina dan menjadikan citra positif dimata publik. Fungsi lain dari *public relations* yaitu mempublikasikan tentang perusahaannya kepada publik.

Praktisi PR dapat mengkomunikasikan serta mempublikasikan pesan - pesannya melalui media. Media tersebut bisa berupa media massa maupun media lainnya. Untuk mengkomunikasikan pesan kepada khalayak internal maupun eksternal, praktisi PR bisa menggunakan komunikasi internal yang berupa tatap muka maupun komunikasi eksternal yang melalui perantara media massa.

Menjalin komunikasi kepada khalayak luar praktisi PR harus mampu menjalin hubungan baik dengan pihak media massa. Menurut pernyataan mantan PRO Universitas Winconsin-River Fall, Barbara Averill (1997), “*media relations* hanyalah salah satu bagian dari *public relations*, namun ini bisa menjadi perangkat yang sangat penting dan efisien. Begitu kita bisa menyusun pesan yang bukan saja diterima tetapi juga dipandang penting oleh media lokal, maka kita sudah membuat langkah besar menuju keberhasilan program kita.” Ringkasnya, *media relations* adalah publisitas. Dengan adanya *media relations* maka dengan mudah mampu menjalin hubungan atau pun kerjasama dengan pihak media.

Dalam rnelaksanakan tugas sebagai *media reiations* berarti harus menangani urusan dengan wartawan. Tugas seorang *media relations* adalah menjalin hubungan yang baik antara pihak perusahaan dengan pihak luar untuk mencapai tujuan perusahaan.

PT Rajawali Citra Televisi Indonesia di bawah Div. *Corporate Secretary* membuat sebuah dept *media relation*. *Media relations* bertugas menjalin hubungan secara langsung dengan pihak eksternal yang melalui perantara media massa. Melalui media massa perusahaan dapat dengan mudah dan secara langsung mengkomunikasikan tentang perusahaannya kepada pihak luar. Pada saat ini media massa merupakan alat utama yang paling ampuh dalam mempengaruhi opini publik mengenai hal-hal tertentu yang di publikasikan oleh perusahaan.

Media massa yang menjadi alat utama bagi perusahaan maupun lembaga bisa berupa media cetak maupun elektronik. Dengan mengikuti perkembangan zaman maka masuklah media online yang dijadikan alat baru untuk perusahaan mempublikasikan mengenai kegiatan ataupun hal-hal yang ingin dipublikasikan kepada khalayak luar.

Media relations haruslah berpintar-pintar untuk mencari cara agar dapat terjalin hubungan yang baik antara pihak perusahaan dengan pihak media massa. Banyak kegiatan yang dilakukan oleh *media relations* guna mempublikasikan tentang perusahaan kepada masyarakat luar. Kegiatan-kegiatan tersebut berupa : *press conference, media gathering, press tour*. Dengan mengadakan acara-acara tersebut dengan mudah *media relations* menjalin hubungan yang lebih baik kepada pihak media massa.

Kegiatan *media relations* yang berupa *press tour* merupakan kegiatan yang dilakukan setiap lembaga guna tercapainya hubungan baik antara perusahaan dengan pihak media. *Press tour* ditujukan untuk mengajak para wartawan berlibur kesuatu tempat yang berada didalam atau pun luar kota. Maka dari itu penulis membuat laporan hasil Kuliah Kerja Praktek penulis dengan judul **"Aktivitas Media Relations PT Rajawali Citra Televisi Indonesia dalam Kegiatan *Press Tour Paradise to Pari island*"**

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Praktek

1.2.1 Tujuan umum

1. Mendapat pengetahuan pada bidang *public relations* untuk penulis dan pembaca pada umumnya.
2. Agar mahasiswa pada umumnya dapat mempraktekan ilmunya di dunia kerja.

1.2.2 Tujuan Khusus

1. Agar mahasiswa khususnya jurusan *public relations* dapat mengetahui dan memahami cara kerja khususnya di bidang *media relations*.
2. Agar mahasiswa khususnya jurusan *public relations* mengetahui dan memahami cara kerja *media relations* di perusahaan perlelevisian.

1.3 Kegunaan Kuliah Kerja Praktek

1.3.1 Manfaat teori

1. Mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di Universitas Esa Unggul dengan membuat laporan penelitian secara ilmiah dan sistematis.
2. Menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari mata kuliah yang telah diterima kedalam penelitian yang sebenarnya.

1.3.2 Manfaat praktis

1. Melihat secara langsung kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh PT Rajawali Citra Televisi Indonesia dalam menjalin hubungan baik dengan pihak media.
2. Melihat serta memahami praktik kerja bidang *public relations* sesungguhnya didunia kerja.

1.4 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktik Lapangan

Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Praktek di PT Rajawali Citra Televisi Indonesia selama 2 bulan/ 60 hari kerja terhitung mulai tanggal 18 Agustus - 18 Oktober 2014, dimana penulis melaksanakan kuliah kerja praktek sesuai jam kerja perusahaan pada pukul 08:30 - 17:30.