

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Semakin meningkatnya kebutuhan informasi masyarakat di era modern menuntut sebuah perusahaan aktif dalam menjalin hubungan baik dengan berbagai pihak. Menjalinkan hubungan yang baik dengan berbagai pihak merupakan sebuah hal yang mutlak bagi setiap perusahaan atau instansi, sesuai dengan sifatnya, dalam masyarakat modern tidak akan ada kemungkinan bagi seorang insan atau suatu badan bisa hidup menyendiri. Masing-masing saling membutuhkan satu sama lain, seperti halnya perusahaan tidak akan mungkin bisa hidup tanpa mendatangkan bahan baku, kemudian menyalurkan dan memasarkan hasil produksinya. Dengan adanya hubungan baik dengan berbagai pihak akan mempermudah segala urusan, kebijakan dan birokrasi yang berkaitan dengan perusahaan. Hubungan baik berarti adanya saling pengertian antara kedua belah pihak, satu sama lain saling memberikan keuntungan sehingga tercapai kesepakatan bersama yang saling menguntungkan.

'*Public relations* adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, kerjasama'. (Ruslan 2010, hlm. 16).

Salah satu fungsi dari seorang *public relations* menurut Effendy dalam Ruslan (2008, hlm. 9) adalah untuk menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi, membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal dan eksternal, menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi, melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum, operasionalisasi dan organisasi *public relations* dalam membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya. Kegiatan *public relations* meliputi

kegiatan internal dan eksternal. Salah satu kegiatan eksternal *public relations* adalah *government relations*.

Pemerintah (*Government*) adalah salah satu *stakeholder* yang penting bagi *public relations* karena memiliki peran penting dalam menjamin masa depan perusahaan agar terus dapat beroperasi. Sedangkan *government relations* adalah suatu kegiatan khusus yang terfokus dalam membina hubungan dengan aparat pemerintah. Membina hubungan baik antara pemerintah dengan perusahaan sangatlah penting dalam mendukung citra positif perusahaan tersebut.

Salah satu perusahaan stasiun televisi yang menjalin hubungan dengan pemerintah adalah MNCTV. MNCTV merupakan salah satu pelopor stasiun televisi swasta di Indonesia yang mulai mengudara sejak tanggal 20 Oktober 2010 dengan tag-line atau slogan 'Selalu di Hati'. Logo dan merek perseroan MNCTV ini diharapkan dapat memperluas pangsa pasar dan pemirsa dari stasiun ini. Bersamaan dengan kehadiran MNCTV, publik dapat menyaksikan peningkatan kualitas dan keragaman tayangan, sebagai hasil dari komitmen untuk memperbaiki kerja dan budaya perseroan.

MNCTV pada awalnya menggunakan nama TPI, di mana TPI sendiri didirikan pada tahun 1990 di Jakarta, sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa penyiaran televisi di Indonesia. TPI merupakan perusahaan swasta ketiga yang mendapatkan izin penyiaran televisi pada tanggal 1 Agustus 1990, dan sebagai stasiun televisi pertama yang mendapat izin penyiaran secara nasional. TPI mulai beroperasi secara komersial sejak tanggal 23 Januari 1991. Pada bulan Juli 2006, Media Nusantara Citra (MNC) mengakuisisi 75% saham TPI. Sejak saat itu secara resmi TPI bergabung menjadi salah satu televisi yang dikelola MNC yang juga merupakan induk dari RCTI dan Global TV.

MNCTV sejak awal juga telah membuktikan diri sebagai stasiun televisi yang paling jeli dalam menangkap selera dan kebutuhan masyarakat Indonesia, stasiun televisi yang benar-benar menampilkan citra Indonesia, mengedepankan tayangan-tayangan sopan dan bisa dinikmati seluruh keluarga. Program-program yang sangat Indonesia inilah yang mampu mengantarkan MNCTV sebagai stasiun televisi papan atas Indonesia. MNCTV sendiri senantiasa mengasah diri sebagai partner yang memberikan layanan terbaik bagi seluruh mitra usaha. Dengan

dukungan SDM profesional, MNCTV siap menjadi televisi terdepan yang dapat diandalkan.

Tayangan program televisi Indonesia saat ini dikuasai oleh sinetron. Dengan berbagai ide cerita dan konsep yang bermacam-macam, sinetron yang memenuhi tayangan di hampir semua televisi di Indonesia. Hal tersebut menjadi perhatian khusus bagi MNCTV untuk membuat salah satu program acara yang dapat menginspirasi dan mengedukasi banyak orang, kemudian MNCTV membuat salah satu program acara yaitu MNCTV Pahlawan Untuk Indonesia, selain karena terlalu banyaknya sinetron yang tayang MNCTV juga melihat kurangnya perhatian pemerintah terhadap orang-orang yang memiliki jiwa pahlawan tanpa pamrih mau membantu sesama dan berjuang membantu orang-orang yang membutuhkan didaerahnya.

MNCTV Pahlawan Untuk Indonesia (MPUI) merupakan salah satu program acara MNCTV sebagai wujud bentuk komitmen MNCTV dalam mengapresiasi sosok-sosok berdedikasi tinggi dan memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar. Berbeda dari pemberian penghargaan lain, penghargaan MNCTV pahlawan untuk Indonesia ditujukan kepada orang-orang yang biasa melakukan berbagai kegiatan luar biasa tanpa pamrih. Para pahlawan yang terpilih adalah pahlawan-pahlawan pilihan dari berbagai kalangan di seluruh pelosok Indonesia.

Program "MNCTV Pahlawan Untuk Indonesia" terbuka untuk umum dan tidak memberlakukan pembatasan usia, jenis kelamin, suku, agama, profesi dan lain-lain. Persyaratan umum yang harus dipenuhi adalah kandidat Warga Negara Indonesia atau warga negara asing yang berdomisili di Indonesia.

Kegiatan yang dilaksanakan oleh para kandidat harus berdampak nyata, langsung dan luas terhadap warga masyarakat di sekitarnya, kegiatan yang dilaksanakan tergolong unik dan kadang bertentangan dengan kelaziman, kegiatan yang dilaksanakan berpeluang untuk berkembang dan berlanjut pada masa depan (sustainable) atau mampu membangun kader dan jaringan, tanpa pamrih, bahkan ikhlas mengorbankan harta dan keluarga, kehilangan kesempatan yang lebih baik dari segi finansial, menjadi inspirasi bagi orang lain untuk berbuat sesuatu yang lebih baik, tidak sedang terlibat dalam kasus kriminal dan tidak berpoligami/berpoliandri.

Malam penganugerahan MNCTV pahlawan untuk Indonesia diadakan di studio 3 MNCTV, TMII, Jakarta pada Kamis, 6 November 2014 dan ditayangkan pada Senin, 10 November 2014 pukul 21.30 WIB. Acara berdurasi 2 jam ini melibatkan beberapa tokoh penting dari pemerintahan seperti Ketua DPD RI, Ketua MPR RI, Ketua Dewan Pers, Ketua KPI Pusat, dan beberapa menteri sebagai tamu undangan sekaligus pemberi penghargaan. Program ini diadakan sebagai salah satu tindakan MNCTV dalam menginspirasi khalayak serta dalam memperingati hari pahlawan yang jatuh setiap tanggal 10 November. Dalam Program MNCTV pahlawan untuk Indonesia divisi *government relations* MNCTV turut berperan aktif dalam mensukseskan terselenggaranya program ini.

Program ini sangat menarik karena selain menginspirasi, para juri dalam acara ini juga orang-orang yang menginspirasi lewat bidang mereka masing-masing seperti Marco Kusumawijaya, Imam Prasodjo, Anne Avantie, dan Syafi Ma'arif serta Hary Tanoesoedibjo.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang “Implementasi Kegiatan *Government Relations* MNCTV dalam Program “MNCTV Pahlawan Untuk Indonesia”.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas penulis mengambil perumusan masalah Bagaimana implementasi kegiatan *government relations* MNCTV dalam program “MNCTV pahlawan untuk Indonesia”?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi kegiatan *government relations* MNCTV dalam program “MNCTV pahlawan untuk Indonesia”?

I.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis akan menjelaskan manfaat dari penelitian yang dilakukan dan terbagi menjadi dua kategori, yaitu :

- a. Manfaat Akademis

Manfaat Akademis yang akan diharapkan adalah dapat menambah wawasan mengenai kajian Ilmu Komunikasi pada umumnya bidang kajian *Public Relations*, khususnya mengenai implementasi kegiatan *government relations*.

b. Manfaat Praktis

Dari segi praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang positif bagi *government relations* MNCTV untuk membina hubungan baik dengan pemerintah

I.5 Sistematika Penulisan

Dalam skripsi ini, tersusun sistematika penulisan adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang dan alasan peneliti melakukan penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI

Berisi uraian mengenai teori maupun literatur ilmiah lainnya yang akan digunakan untuk menganalisis hasil penelitian. Teori yang dicantumkan adalah, Teori *Public Relations*, Teori *Government Relations*, Teori Implementasi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang asumsi-asumsi, jenis penelitian, dan metode penelitian. Terdapat argumentasi-argumentasi yang menjelaskan bahwa asumsi-asumsi, jenis penelitian, dan metode penelitian tersebut adalah komponen yang memadai untuk mencari jawaban. Dalam bab ini akan diterangkan metode yang penulis gunakan, yakni metode penelitian kualitatif.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Meliputi deskripsi objek penelitian antara lain sejarah MNCTV, Logo MNCTV, Hasil penelitian dan analisis data yang berisi pernyataan para Key Informan dan Informan serta triangulasi data. Pembahasan yaitu paparan menyeluruh mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan serta hasil observasi berupa gambar dan keterangan yang dapat memberikan pemahaman tentang penelitian.

BAB V PENUTUP

Hasil penelitian tentang bagaimanakah implementasi kegiatan *government relations* MNCTV dalam program ‘MNCTV Pahlawan Untuk Indonesia’.
Saran adalah masukan dari peneliti kepada pihak MNCTV agar mampu menjadi lebih baik lagi di masa mendatang.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR PUSTAKA

