

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan suatu hal yang esensial dalam kehidupan manusia. Hal tersebut didukung oleh pernyataan Paul Watzlawick yang seringkali terdengar dalam ilmu komunikasi bahwa *one cannot not communicate* atau seseorang tidak dapat untuk tidak berkomunikasi. Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan orang lain untuk berkomunikasi; manusia tidak dapat hidup sendiri dan akan terus saling bergantung satu sama lain. Dengan demikian, manusia perlu berkomunikasi dengan sesama untuk memenuhi kebutuhan sosialnya.

Seiring berjalannya waktu, komunikasi telah mengalami perkembangan yang pesat. Hadirnya berbagai inovasi baru seperti media dan platform jejaring digital merupakan tanda dari kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi yang dapat dirasakan sekarang ini. Dengan adanya dukungan jaringan internet, manusia bisa saling terkoneksi satu sama lain sehingga memungkinkan untuk berkomunikasi meskipun letak geografis antar komunikator dengan komunikan berjauhan. Kehadiran media baru tentunya memudahkan kehidupan manusia sehingga penyampaian pesan atau informasi menjadi lebih efektif dan efisien.

Media baru yang telah hadir di zaman sekarang ini termasuk media sosial, media berita online, dan media sejenisnya merupakan tanda dari kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi. Media sosial kini telah banyak digunakan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhannya, sebagai alat komunikasi mengirimkan pesan singkat, melakukan panggilan suara maupun panggilan *video*, sarana untuk melakukan *personal branding*, sebagai media hiburan, dan masih banyak manfaat positif yang diperoleh dari media sosial. Stephanie menunjukkan bahwa “laporan perusahaan media asal Inggris, We Are Social, bekerja sama dengan Hootsuite, keduanya merilis laporan ‘Digital 2021: The Latest Insights Into The State of Digital’ yang diterbitkan pada 11 Februari 2021 menyebutkan dari total populasi Indonesia sebanyak 274,9 juta jiwa pengguna aktif media sosialnya mencapai 170 juta. Artinya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia setara dengan 61,8 persen dari total populasi pada Januari 2021” (Stephanie, 2021). Selain individu, pada realitasnya banyak perusahaan, organisasi maupun instansi pemerintahan yang beradaptasi di era digital dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan informasi, berinteraksi dengan warga internet atau netizen, memantau perkembangan opini publik, dan berbagai kepentingan lain dari suatu perusahaan atau organisasi. Maka, tidak heran banyak organisasi yang membuka akun media sosial maupun platform sosial lainnya demi mencapai tujuan perusahaan/ organisasi tersebut.

Industri di sektor media massa juga kini telah banyak beralih ke *website online*. Portal berita online telah banyak dibuat untuk memenuhi kepentingan publik dan perusahaan itu sendiri. Masyarakat mendapatkan informasi atau berita dengan cepat dan mudah, dengan berlangganan bulanan untuk mengakses berbagai pemberitaan dari tingkat nasional ataupun internasional. Dan bahkan tidak sedikit media yang menyediakan layanan gratis dalam memberikan informasi maupun berita tanpa memungut biaya sepeser pun dari para pembacanya. Beberapa media yang memiliki akses gratis dan memiliki kredibilitas yaitu Kompas, Antara News, Detik.com, Liputan 6, dan masih banyak media lainnya yang berskala nasional. Beberapa media berita online yang telah disebutkan diatas, tentunya lebih difokuskan pada liputan yang sedang terjadi di daerah-daerah yang terbentang seluruh Indonesia dan kecenderungan membahas isu-isu berskala lokal. Namun ada beberapa media yang memberitakan isu-isu dari berbagai belahan dunia. Sebagai contoh, media berita online seperti Bloomberg yang berbasis di Amerika Serikat, Reuters dari Inggris, Al Jazeera dari negara Qatar, dan Channel News Asia (CNA) yang berasal dari Singapura seringkali meliput pemberitaan terkini yang sedang terjadi di dunia.

Media cukup merinci dalam memberitakan segala hal yang sedang terjadi saat ini, baik di bidang politik, ekonomi, sosial budaya, dan lain-lain. Dan sudah seharusnya media massa terutama industri media online meliput berita-berita secara netral. Dalam artian, berita diliput dengan apa adanya

tanpa merubah konteks dan memihak kelompok atau golongan tertentu. Pemberitaan yang benar dan akurat merupakan dua kunci penting bagi suatu media agar dapat memperoleh kepercayaan publik. Namun pada kenyataannya, masih terlihat bahwa terdapat beberapa media massa baik media *online* maupun konvensional yang masih memihak kelompok atau golongan tertentu. Hal tersebut membawa dampak negatif bagi kehidupan masyarakat. Bahkan, jika pemberitaan menyangkut persoalan suatu perusahaan atau organisasi akan mengancam reputasi organisasi tersebut jika terdapat pemberitaan yang negatif. Oleh sebab itu, perusahaan atau organisasi perlu melakukan pemantauan terhadap pemberitaan media demi pengembangan yang lebih baik bagi organisasi itu sendiri.

Direktorat Informasi dan Media di Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia (KEMLU) menjadi direktorat yang melaksanakan pemantauan media terhadap pemberitaan media asing atau internasional dan juga memantau perkembangan opini publik dalam media sosial milik KEMLU. Sesuai dengan Pasal 387 huruf b, Direktorat Informasi dan Media adalah suatu direktorat di KEMLU yang memiliki tugas dalam merumuskan, melaksanakan, serta mengoordinasikan kebijakan-kebijakan di bidang pengurusan hubungan dan politik luar negeri dalam cakupan pengelolaan informasi baik informasi digital dan konvensional, pengelolaan media sosial, pemantauan dan analisis berita, memfasilitasi media massa, dokumentasi audio-visual, pengelolaan data media serta pelayanan informasi publik. Dari sekian banyaknya tugas, divisi berita di Direktorat

Informasi dan Media mempunyai tugas dalam memantau dan menganalisis isi pemberitaan dari berbagai media internasional. Karena media memiliki kebebasan dalam menuliskan berita dari hasil temuan di lapangan atau di tempat kejadian perkara, organisasi tidak memiliki kapasitas untuk mengendalikan apa yang dipublikasikan oleh media. Organisasi termasuk KEMLU hanya dapat melakukan pemantauan terhadap berbagai media melalui Direktorat Informasi dan Media untuk memastikan apakah berita sudah akurat dan sesuai fakta. Dan organisasi dapat memelihara citra dan reputasinya dengan menjalin *media relations* atau hubungan media yang baik.

Selain pemberitaan dari media internasional, KEMLU juga perlu memperhatikan dan memantau perkembangan opini publik yang dilontarkan oleh warga internet atau netizen dalam kolom komentar akun media sosial milik organisasi tersebut. Media sosial sifatnya bebas, serta kebenaran akan informasi belum tentu benar adanya. Dalam artian seluruh pengguna dapat menyampaikan pernyataan, komentar, dan unggahan foto dan video sesuka hati sehingga hal tersebut tidak dapat dipertanggungjawabkan oleh para penggunanya. Mengingat banyaknya pengguna media sosial di Indonesia, satuan kerja Direktorat Informasi dan Media KEMLU harus melakukan pemantauan media (*media monitoring*) terhadap berbagai media sosial milik KEMLU. Jadi, jika terpantau adanya percakapan atau komentar yang kurang tepat dari para netizen, Direktorat Informasi dan Media khususnya divisi berita dapat mengambil tindakan untuk meluruskan

komentar tersebut dengan mengambil langkah-langkah strategis untuk menyadarkan, meluruskan, serta memberi informasi dan pemahaman kepada publik agar tidak menyesatkan netizen lain.

Dengan demikian, aktivitas *public relations* harus dipersiapkan dan direncanakan sebaik mungkin. Serangkaian strategi harus disusun dan dijalankan agar menghasilkan solusi yang tepat serta mengeksekusinya untuk mengatasi berbagai isu. Pemberitaan media maupun komentar menyesatkan oleh netizen yang tersebar luas di media sosial sangat mempengaruhi citra perusahaan. Oleh karena itu, KEMLU perlu mengambil langkah dengan menjalankan salah satu upayanya untuk mengatasi permasalahan tersebut, yakni dengan melakukan pemantauan media.

Dalam KEMLU, terdapat direktorat yang melakukan pemantauan terhadap media berita baik media lokal maupun media internasional. KEMLU merupakan instansi atau organisasi yang pemerintahan di Indonesia yang melingkupi persoalan luar negeri negara. Pemegang memutuskan untuk memilih tempat magang dalam menjalankan kegiatan magangnya di Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia (KEMLU) dengan alasan karena telah sesuai dengan program studi pemegang, terutama dengan konsentrasi *public relations*. Tentunya aktivitas pemantauan media memiliki kesinambungan dengan *public relations*. Selain itu, pemegang tertarik dengan berbagai hal menyangkut negara-negara asing. Dan alasan terakhir pemegang memutuskan untuk magang di KEMLU karena kementerian tersebut merupakan *top tier* atau berada di

tingkat teratas bersamaan dengan Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia (KEMENDAGRI) dan Kementerian Pertahanan Republik Indonesia (KEMHAN RI). Ketiga kementerian yang telah disebutkan tergolong dalam Kementerian Kelompok 1.

1.2 Tujuan Magang

1. Mengetahui cara kerja dalam menjalankan aktivitas pemantauan media dalam melakukan pemindaian pada media berita internasional maupun media sosial.
2. Mempelajari serangkaian tindakan strategis yang ditempuh oleh Divisi Berita Direktorat Informasi dan Media di Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia (KEMLU) dalam melakukan pemantauan media terhadap media berita internasional terkait isu politik luar negeri Indonesia dengan negara-negara mitranya.
3. Mempraktikan serta berkontribusi dalam tim Divisi Berita Direktorat Informasi dan Media KEMLU dalam menyelenggarakan aktivitas pemantauan media terhadap media berita internasional mengenai pemberitaan isu politik luar negeri Indonesia.

1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Magang

Pemegang menjalankan kegiatan magang di Direktorat Informasi dan Media Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia (KEMLU). Ruang lingkup dari kegiatan magang yang akan dilaksanakan oleh pemegang yaitu dalam Divisi Berita. Secara garis besar, pemegang memiliki *job description* atau uraian tugas berupa pemantauan media. Hal tersebut mencakup *crawling* atau penelusuran pemberitaan dari berbagai media asing terkait isu-isu antara Indonesia dengan negara mitranya. Berita hasil penelusuran kemudian dianalisis dan dibuat inti sari pemberitaan, lalu dikelompokkan ke dalam tabel apakah pemberitaan bersentimen positif-netral atau negatif.

Selain itu, pemegang juga memiliki tanggung jawab dalam memantau akun media sosial Twitter (@Kemlu_RI), dan terkadang diperintahkan untuk memantau media sosial lainnya seperti Facebook (Kementerian Luar Negeri RI) milik KEMLU. Perkembangan opini publik yang beredar di media sosial KEMLU oleh warga internet atau netizen di pantau dalam media sosial Twitter, yang kemudian dibuat laporan harian sebagai bahan evaluasi untuk para pimpinan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, termasuk Direktorat Informasi dan Media dimana pemegang menjalankan kegiatan magang.

1.4 Lokasi dan Waktu Magang

Kegiatan magang diselenggarakan di suatu instansi pemerintahan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia (KEMLU). KEMLU berlokasi di Jl. Taman Pejambon, RT.9/RW.5, Senen, Kecamatan Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10410. Magang dijalankan minimal selama 640 (enam ratus empat puluh) jam atau setara dengan 3,5 (tiga setengah) bulan sesuai dengan persyaratan yang dikeluarkan oleh program studi Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan. Penulis menempuh kegiatan magang mulai dari 9 Agustus hingga 28 November 2022.

