

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai makhluk sosial, komunikasi merupakan hal fundamental dalam kehidupan. Manusia pastinya tidak lepas dari interaksi antar satu sama lain untuk membangun dan menjalin hubungan. Tidak hanya digunakan untuk interaksi, komunikasi juga sangat berguna dalam dunia pekerjaan. Sehingga pemegang memutuskan untuk mendalami ilmu komunikasi. Pemegang mendalami ilmu komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan. Dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan, pemegang melakukan kerja praktek atau magang di PT Konsultan Citra Indonesia untuk memenuhi persyaratan kelulusan yang diberikan.

Kerja praktek atau magang adalah kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa/i untuk mempraktekkan teori yang sudah dipelajari selama menjalani perkuliahan dengan terjun langsung ke dunia pekerjaan. Diharapkannya dengan melakukan magang ini, pemegang dapat berguna bagi perusahaan, selain itu pemegang juga berharap akan mendapat pengetahuan, keterampilan, *skill*, dan juga pengalaman baru dalam dunia kerja.

Banyak perusahaan yang membutuhkan *Public Relations* atau Hubungan Masyarakat sebagai seseorang yang membangun dan mengembangkan hubungan antara perusahaan dengan publiknya agar mencapai tujuan saling mengerti dan

mendapatkan timbal balik positif dari publik. Ishak (2012), mengemukakan bahwa melalui *public relations*, manajemen organisasi melakukan aktivitas komunikasinya, baik itu kepada publik internal seperti karyawan, manajemen dan publik eksternal seperti masyarakat sekitar dan konsumen. Dalam membangun dan mengembangkan hubungan di era digital pada masa kini, sangatlah penting bagi perusahaan dan publik untuk menjalin hubungan dengan berkomunikasi melalui media sosial.

Pengguna media sosial mencakup hampir seluruh warga Indonesia dan tidak kenal usia, dari anak-anak sampai dewasa. Alasannya adalah kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial pada saat mengaksesnya. Semua orang bisa menghubungi kerabat, menonton, dan mencari informasi kapan saja dan dimana saja. Hanya dengan menggunakan *gadget*, semua orang sudah dapat mengakses itu semua. Seperti yang dinyatakan oleh Khang, Ki, & Ye (didalam Wang, 2012), bahwa kehidupan individu seluruhnya menjadi terpengaruh semenjak adanya media sosial.

Media sosial memiliki peran yang sangat penting bagi pekerjaan PR sekarang, PR menjadi lebih kuat dan berpengaruh. Media sosial mengubah jangkauan promosi, PR kini harus menggunakan *influencer* dalam media sosial, tetap menggunakan media tradisional dan banyak hal lainnya yang harus dilakukan sebelum percakapan dimulai. (Solis & Breakenridge, 2009, h. 12). Informasi yang biasanya hanya diberikan melalui media tradisional, kini sudah dapat diberikan melalui media sosial seperti situs resmi perusahaan ataupun akun media sosial resmi dari perusahaan. Informasi dan pesan yang disebarakan dapat menyebar secara

lebih cepat dan menjangkau publik yang lebih luas dengan menggunakan media sosial. Eratnya hubungan media sosial dengan publik ini memicu para PR dari setiap perusahaan bahkan lembaga untuk mengembangkan media sosial mereka.

Pada awal tahun 2020, dunia dilanda pandemi virus Covid-19 yang mengakibatkan hampir dari seluruh penduduk dunia harus menjalani karantina dengan berdiam diri dirumah selama berbulan-bulan untuk mencegah penularan yang semakin parah. Diterapkannya peraturan karantina ini, menyebabkan publik semakin marak untuk menggunakan media sosial karena keterbatasan mereka dalam melakukan komunikasi secara tatap muka dan juga untuk mengisi waktu kosong mereka. Karena keterbatasan yang ada, berbagai perusahaan mulai untuk mengembangkan akun media sosial mereka untuk tetap mendapatkan perhatian dari publik. Selain itu, keterbatasan untuk tatap muka dan protokol kesehatan yang ada di masa pandemi ini juga berpengaruh pada dunia politik dimana akan dilangsungkan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) pada tanggal 9 Desember 2020. Sangat sulit bagi para kandidat untuk menjalankan kampanye, biasanya kampanye politik dijalankan dengan mengundang massa dan melakukan berbagai kegiatan yang memerlukan tatap muka antara kandidat dan pendukungnya namun terhalang oleh protokol kesehatan yang ada.

Kampanye politik bersifat sangat penting dalam memperkenalkan kandidat kepada masyarakat, apalagi di negara yang menganut sistem demokrasi. Fatimah (2018) mengungkapkan bahwa kampanye politik dipahami sebagai upaya terorganisir yang berusaha mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam kelompok tertentu dengan tujuan untuk memenangkan pemilu tertentu. Dalam

penyampaian pesan pada kampanye Pilkada di tahun 2020, para kandidat melakukan kampanye secara besar-besaran di media sosial karena protokol kesehatan yang diterapkan. Hagar (dalam Ardha, 2014), mengemukakan bahwa kampanye yang dilakukan di media sosial tidak kalah dengan kampanye yang dilakukan di media tradisional sebab media sosial mampu berkontribusi pada keberhasilan politik karena media sosial membuat kandidat dalam sebuah pemilihan bisa berinteraksi dengan para calon pemilih dengan skala dan intensitas yang tak bisa dicapai lewat pola kampanye tradisional.

Menurut Ardha (2014), di media sosial, pesan dapat menjangkau publik secara lebih luas dan bisa mendapatkan perhatian para pemilih muda. Selain itu, jarak antara publik dan para politisi menjadi tak berjarak. Siapapun bisa mengakses dengan mudah berbagai informasi mengenai politisi tersebut. Kampanye melalui media sosial bisa menjadi strategi kampanye yang sukses karena masyarakat bisa merasa lebih dekat dan mengenal para kandidat.

PT Konsultan Citra Indonesia (KCI) adalah salah satu perusahaan konsultan politik profesional terkemuka di Indonesia yang merupakan anak usaha dari Lingkaran Survei Indonesia (LSI). PT Konsultan Citra Indonesia tidak hanya menawarkan sebatas iklan dan pengemasan citra kandidat, namun menawarkan segala jenis pekerjaan yang dapat mendorong kandidat untuk mencapai kemenangan. Mulai dari strategi, visi dan misi, segala jenis kampanye sampai penyiapan saksi saat pemilihan. KCI telah memenangkan puluhan kandidat di seluruh Indonesia.

Di PT Konsultan Citra Indonesia, pemegang akan melakukan kegiatan di bidang *social media operations* kampanye politik kandidat yang didampingi oleh pihak perusahaan. Dalam mengendalikan media sosial kandidat, pemegang tentu diberi pengetahuan mengenai trik-trik tertentu yang membuat media sosial kandidat terkesan lebih menarik. Pada karya ilmiah ini, pemegang akan menulis karya ilmiah mengenai kampanye politik calon gubernur Sulawesi Utara di Pilkada tahun 2020. Penulis merasa aktivitas yang dilakukan selama magang adalah aktivitas yang sesuai dan layak untuk dijadikan karya ilmiah. Kandidat yang penulis akan jadikan karya ilmiah adalah gubernur Sulawesi Utara yang sebelumnya telah menjabat pada periode 2016 – 2020 yang kemudian memutuskan untuk melanjutkan jabatannya sebagai gubernur Sulawesi Utara pada periode 2021 – 2025.

Pekerjaan yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada penulis adalah untuk mengembangkan akun media sosial kandidat pada *platform Instagram*. Dalam mengembangkan akun media sosial kandidat, pemegang akan melakukan *public relations campaign*. Dimana pemegang bersama tim media sosial yang lain akan membuat konten yang akan di unggah oleh kandidat yang akan menarik perhatian masyarakat luas, tidak hanya masyarakat Sulawesi Utara tapi masyarakat skala nasional.

Penulis memilih untuk menjalankan magang di PT Konsultan Citra Indonesia karena penulis merasa PT Konsultan Citra Indonesia dapat memberikan penulis ilmu dan pengalaman mengenai bagaimana membentuk persepsi publik, menjalin hubungan yang baik, menjalankan kampanye, dan berbagai kegiatan lainnya yang sesuai dengan studi yang sedang penulis jalani.

1.2 Tujuan Magang

Magang merupakan persyaratan kelulusan yang wajib dijalankan bagi mahasiswa/i Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan. Adapun tujuan lain yang ingin dicapai dalam kegiatan magang yang dijalankan penulis adalah:

- 1) Untuk mengimplementasikan aktivitas *public relations* dalam kegiatan kampanye politik Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Sulawesi Utara.
- 2) Untuk melaksanakan *public relations campaign* dalam kampanye politik Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Sulawesi Utara menggunakan media sosial.

1.3 Ruang Lingkup dan Batasan

Ruang lingkup adalah *Social Media Operations* di Divisi Strategi Komunikasi; Batasan: membantu kegiatan kampanye politik yang dijalankan oleh PT Konsultan Citra Indonesia melalui media sosial.

1.4 Lokasi dan Waktu Magang

- Lokasi: PT Konsultan Citra Indonesia, Jl. Pemuda No. 70, Gedung Graha Rajawali, Jakarta Timur.
- Waktu Magang: Agustus – Desember 2020