

BAB I

PENDAHULUAN

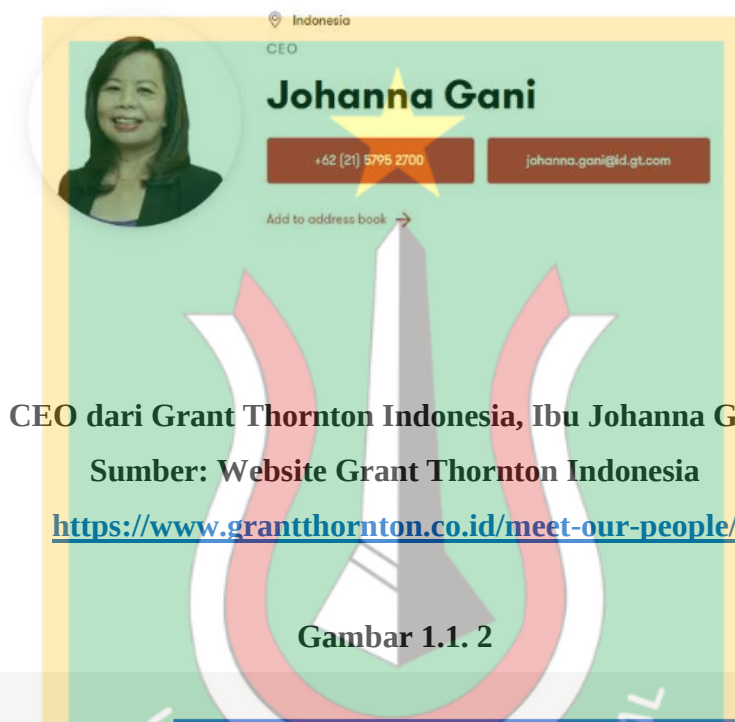
1.1. Latar Belakang

Public Relations memiliki banyak sekali bagian, yaitu *community relations*, *employee relations*, *government relations*, *investor relations*, *stakeholder relations*, dan yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu *Media Relations*. Yang mana bagian dari *Public Relations* ini memiliki peran penting untuk menjaga citra dari sebuah perusahaan terhadap media. *Media Relations* adalah dimana sebuah aktivitas ini dijalankan oleh seorang *Public Relations* untuk menjalin hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang (*balance*). Biasanya hubungan media banyak dikaitkan dengan konteks pemberitaan yang tidak berbayar atau publisitas positif. Philip Lesly memaparkan bahwa *Media Relations* adalah hubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespons kepentingan media terhadap kepentingan organisasi (Iriantara: 2011). *Media Relations* sendiri merupakan bentuk dari interaksi sebuah perusahaan dengan media, wartawan, atau pres. Yang dimana dibutuhkan untuk memberikan informasi berupa cerita yang layak untuk disampaikan kepada masyarakat, dan dengan memiliki hubungan yang baik dengan media akan membuat sebuah perusahaan itu akan memberikan kesan dan dampak yang baik untuk reputasi sebuah perusahaan. Peran penting dari sebuah *Media Relations* adalah meningkatkan kredibilitas dan *brand awareness*.

Pada isu ini, *Media Relations* dari Grant Thornton melakukan sebuah upaya dalam mengangkat isu tentang kesenjangan *gender* yang terjadi pada Perempuan di tempat kerja. Walaupun fenomena ini tidak terjadi pada Perusahaan ini, tetapi, dengan bentuk kepedulian dari CEO Grant Thornton yang juga seorang Perempuan dan juga pimpinan dari Perusahaan yang banyak di sendiri menjadikan *Media Gathering* sebagai media untuk menyampaikan rasa kepedulian itu kepada para Perempuan yang sedang menjalani atau mau memulai karirnya dengan rasa percaya diri. *Media Gathering* yang rutin

dilakukan setiap satu tahun sekali yang selalu diadakan setiap Hari Perempuan Internasional.

Gambar 1.1 1



CEO dari Grant Thornton Indonesia, Ibu Johanna Gani

Sumber: Website Grant Thornton Indonesia

<https://www.grantthornton.co.id/meet-our-people/>

Gambar 1.1. 2

Jakarta, 7 Maret 2024 – Setiap tahunnya, Grant Thornton rutin merayakan Hari Perempuan Internasional yang jatuh setiap tanggal 8 Maret sebagai komitmen mereka untuk terus mendukung para perempuan di dunia. Tidak hanya itu, Hari Perempuan Internasional tahun 2024 ini juga menandai 20 tahun sudah Grant Thornton mengupas perkembangan peran perempuan yang menempati level manajemen senior perusahaan secara global melalui laporan rutin tahunan “Women in Business”. Sebagai tema laporan tahun ini dipilih “Pathways to Parity: 20 Years of Women in Business Insights”.

Pelaksanaan Media Gathering Setiap Tahun di Hari Perempuan Internasional

Sumber: Press Grant Thornton Indonesia

<https://www.grantthornton.co.id/press/sambut-hari-perempuan-internasional-pentingnya-kepercayaan-diri-perempuan-di-tempat-kerja/>

Gambar 1.1. 3



Pelaksanaan Media Gathering di Hari Perempuan Internasional 7 Maret 2024 di Kila Kila by Akasya, Kawasan SCBD

CEO dari Grant Thornton Indonesia sendiri menyatakan kalau masih sangat banyak yang memandang perempuan itu rendah dan selalu saja di bawah laki-laki. Termasuk halnya jabatan, yang di mana sangat jarang sekali ada posisi *higher-ups* atau petinggi perusahaan atau seseorang dari divisi eksekutif. Perempuan selalu mendapatkan perlakuan yang memang kurang wajar dalam hal ini, karena sering sekali dianggap perempuan itu tidak bisa dalam meng-*handle* situasi berat di sebuah perusahaan. Hal ini seringkali menyebabkan perempuan kehilangan kepercayaan dirinya untuk bisa mencapai sebuah posisi tersebut. Dalam perusahaan, perempuan sering menghadapi masalah yang

berbeda dibandingkan dengan pria. Kesenjangan *gender* termasuk ketidaksamaan dalam kesempatan karir dan pengakuan atas prestasi.

Gambar 1.1. 4

Berdasarkan laporan tersebut, meskipun persentase wanita yang menempati level manajemen senior secara global telah meningkat dari 19,4% menjadi 33,5% selama dua dekade, namun lajunya tetap relatif lambat dengan mengalami peningkatan hanya 1,1% dari tahun lalu. Grant Thornton pun menyebutkan dengan laju seperti ini, kesetaraan tidak akan bisa tercapai hingga tahun 2053.

Capture dari Data Kurangnya Perempuan Pada Posisi Petinggi di Suatu Perusahaan

Sumber: Press Grant Thornton Indonesia

<https://www.grantthornton.co.id/press/sambut-hari-perempuan-internasional-pentingnya-kepercayaan-diri-perempuan-di-tempat-kerja/>

Dari laporan tahunan *Women in Business* yang rutin disusun oleh pihak Grant Thornton menyatakan, persentase Perempuan yang menduduki posisi petinggi di Perusahaan sudah meningkat dari 19.4% menjadi 33.5% selama dua tahun. Tetapi, angka peningkatannya yang rendah menjadikan CEO dari Grant Thornton tergerak untuk menggelar *media gathering* yang bersifat *talkshow* dengan mengusung tema “*Women’s Confidence in the Face of Inclusivity*”, untuk membahas lebih dalam betapa pentingnya kepercayaan diri dalam membantu perempuan Indonesia menghadapi tantangan dan mencapai kesuksesan di dunia kerja. Meskipun perempuan dan laki-laki sering memiliki kemampuan dan kualifikasi yang sama, dan perempuan juga memiliki karir profesional tetapi, masih sering dipersepsikan sebagai "pemegang utama" tanggung jawab rumah tangga dan perawatan anak. Hal ini dapat menyulitkan perempuan untuk menjadi lebih percaya diri, dan menjadikan kurangnya posisi perempuan di bagian petinggi/manajer di sebuah perusahaan.

Kurangnya representasi perempuan di dunia kerja STEM (*Science, Technology, Engineering, and Mathematic*) kemudian diperparah dengan bias dan diskriminasi gender yang masih menghantui perempuan. Bentuk - bentuk diskriminasi gender yang paling umum mereka alami adalah upah yang lebih rendah, dianggap atau diperlakukan seolah tidak kompeten, dan dikritisi berlebihan sekaligus kurang dapat dukungan dari atasan.

Melihat fenomena tersebut, Grant Thornton memiliki komitmen yang kuat untuk mendukung kesuksesan perempuan di dunia kerja. Kami percaya bahwa kepercayaan diri adalah salah satu kunci utama dalam memberdayakan perempuan untuk meraih kesuksesan dalam karir mereka. Terutama dalam industri STEM (*Science, Technology, Engineering, and Mathematic*) yang sering kali didominasi oleh laki - laki, memiliki kepercayaan diri yang kuat dapat menjadi pendorong utama bagi para profesional perempuan untuk meraih kesuksesan di dunia kerja.

Capture dari *Terms of Reference* Kurangnya Representasi Perempuan di Posisi Kepemimpinan Terkhusus Pada bidang STEM

Kesetaraan gender masih menjadi perjuangan panjang. Meski sudah banyak kemajuan, perempuan masih menghadapi tantangan besar untuk mencapai posisi kepemimpinan. Data dari *World Economic Forum* pada tahun 2023 menunjukkan bahwa representasi perempuan di posisi eksekutif masih jauh lebih rendah dibandingkan laki-laki. Padahal, keberagaman dalam kepemimpinan bisa membawa banyak manfaat, mulai dari inovasi yang lebih kaya hingga keputusan bisnis yang lebih inklusif. Di tengah tantangan ini, banyak perusahaan mulai mengambil langkah nyata untuk menunjukkan komitmen mereka terhadap keberagaman dan inklusi gender. Salah satu strategi yang kini semakin banyak digunakan adalah *media gathering* sebuah ajang komunikasi yang tidak hanya membangun citra perusahaan, tetapi juga menjadi wadah untuk menyuarakan nilai-nilai yang mereka anut. Grant Thornton, sebagai salah satu perusahaan akuntansi dan konsultasi global, telah menunjukkan komitmennya dengan aktif mengangkat isu kesetaraan gender dalam berbagai kesempatan.

Gambar 1.1 6



Data Head Leadership Team Grant Thornton Indonesia yang diisi oleh
Perempuan

Sumber Website Grant Thornton Indonesia

<https://www.grantthornton.co.id/meet-our-people/>

Gambar 1.1 7



Data Head Leadership Team Grant Thornton Indonesia yang diisi oleh Perempuan

Sumber: Website Grant Thornton Indonesia

<https://www.grantthornton.co.id/meet-our-people/>

Media Gathering menjadi alat dari *Public Relations* Grant Thornton sendiri dalam membangun kepercayaan diri perempuan yang di lingkungan kerja kerap kali mengalami rasa *insecure* atau *anxious* karena terjadinya kesenjangan *gender* yang masih sering terjadi di lingkungan kerja. Mereka telah mengamati bahwa kepercayaan diri adalah faktor kunci dalam karier perempuan; dengan meningkatkan kepercayaan diri, perempuan dapat lebih percaya diri untuk mengambil risiko, mengambil inisiatif, dan memimpin di berbagai tingkat organisasi. Melalui berbagai inisiatif, Grant Thornton berupaya meningkatkan representasi perempuan di dunia kerja, termasuk di posisi kepemimpinan. Salah satu cara yang mereka lakukan adalah memanfaatkan media gathering sebagai platform komunikasi. Dengan menghadirkan narasi yang kuat tentang pentingnya keberagaman gender, perusahaan ini tidak hanya memperkuat citranya sebagai organisasi yang inklusif, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk pola pikir publik tentang kepemimpinan perempuan.

Public Relations dalam mendukung inklusi *gender* bermula dari perubahan sosial yang menuntut kesetaraan hak dan kesempatan bagi semua *gender*, terutama perempuan, dalam berbagai aspek kehidupan. *Public Relations* memiliki peran strategis dalam mempromosikan kesadaran akan pentingnya inklusi *gender* di tempat kerja, komunitas, dan masyarakat luas. *Public Relations* dapat membantu membangun narasi yang positif tentang kesetaraan *gender*, menciptakan kampanye yang mendorong perubahan perilaku, serta memberikan edukasi kepada publik tentang pentingnya menghormati dan mendukung semua *gender* secara adil. *Public Relations* juga berperan dalam memastikan bahwa organisasi secara internal menerapkan kebijakan inklusi *gender*. Ini meliputi transparansi dalam proses rekrutmen, pengembangan karier yang setara bagi semua karyawan, serta memastikan bahwa lingkungan kerja bebas dari *bias* dan diskriminasi

gender. Di sisi eksternal, *Public Relations* dapat bekerja sama dengan media untuk menyebarkan pesan-pesan yang mendukung inklusi *gender* dan mendorong diskusi publik

Gambar 1.1 8

Kurangnya representasi perempuan di dunia kerja STEM (*Science, Technology, Engineering, and Mathematic*) kemudian diperparah dengan bias dan diskriminasi gender yang masih menghantui perempuan. Bentuk - bentuk diskriminasi gender yang paling umum mereka alami adalah upah yang lebih rendah, dianggap atau diperlakukan seolah tidak kompeten, dan dikritisi berlebihan sekaligus kurang dapat dukungan dari atasan.

Melihat fenomena tersebut, Grant Thornton memiliki komitmen yang kuat untuk mendukung kesuksesan perempuan di dunia kerja. Kami percaya bahwa kepercayaan diri adalah salah satu kunci utama dalam memberdayakan perempuan untuk meraih kesuksesan dalam karir mereka. Terutama dalam industri STEM (*Science, Technology, Engineering, and Mathematic*) yang sering kali didominasi oleh laki - laki, memiliki kepercayaan diri yang kuat dapat menjadi pendorong utama bagi para profesional perempuan untuk meraih kesuksesan di dunia kerja.

Capture dari *Terms of Reference* mengenai Latar Belakang dari diadakannya Media Gathering dengan Tema “*Women’s Confidence in the Face of Inclusivity*”

Menurut *Public Relations* dari Grant Thornton Indonesia, diadakannya *Media Gathering* yang mengangkat tema ini adalah karena masih rendahnya representasi Perempuan dalam dunia kerja pada posisi kepemimpinan dan khususnya di bidang STEM (*Science, Technology, Engineering, and Mathematics*). Berdasarkan data yang didapatkan dari Kementrian Perindustrian, hanya 12% Perempuan yang berasal dari jurusan tersebut di Indonesia. Data dari Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan menunjukkan hanya 2% siswi SMK yang berbasis dari jurusan STEM yang melanjutkan karir mereka sesuai di bidang tersebut. Hal ini sering terjadi karena masih adanya ketidaksetaraan gender yang cukup terlihat dalam industri STEM. Selain itu, Perempuan yang sudah bekerja di industry STEM sendiri masih menghadapi berbagai tantangan, yang lebih umum adalah Perempuan masih dianggap kurang kompeten dan sering sekali dikritik dibandingkan rekan kerja laki-laki.

Kondisi ini menjadi peluang bagi Grant Thornton untuk mengadakan *Media Gathering* dengan tema ini karena sesuai dengan visi mereka yang mendukung Perempuan dan meningkatkan kepercayaan diri Perempuan di tempat kerja. Terkhusus pada bidang STEM yang selama ini didominasi oleh laki-laki. Dengan adanya dukungan serta wadah bagi Perempuan yang sudah menjalankan pekerjaannya di bidang ini untuk membagikan pengalaman dan wawasan, diharapkan mereka yang sedang atau ingin memulai pekerjaan mereka untuk lebih percaya diri dalam membangun karir serta menghadapi tantangan di industry yang mereka inginkan.

Dari penjelasan di atas, penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan inspirasi, wawasan, dan strategi yang dapat membantu perempuan Indonesia di lingkungan kerja yang dimana menurut penulis sendiri merupakan fenomena menarik untuk dikaji karena membahas tentang apresiasi kepada perempuan. Penelitian ini memiliki fokus yang berkaitan dengan *Media Gathering* sebagai sarana Grant Thornton sendiri dalam mengangkat isu kepercayaan diri perempuan yang kerap kali menyebabkan munculnya rasa *insecure* atau *anxious* karena terjadinya kesenjangan *gender* yang masih sering terjadi di lingkungan kerja. Hal ini menjadi kepedulian dari CEO Grant Thornton sendiri terhadap masalah yang terjadi kepada perempuan. Dengan itu, Grant Thornton sendiri memiliki komitmen untuk mendukung perempuan dan menciptakan lingkungan kerja yang ramah bagi perempuan. Penyelenggaraan *Media Gathering* ini sendiri juga menjadi salah satu cara Grant Thornton untuk meningkatkan citra positif mereka.

Dengan latar belakang ini, Grant Thornton menjadi subjek penelitian yang unik untuk melihat bagaimana strategi perusahaan dalam mengarusutamakan peran perempuan di posisi strategis sekaligus memperkuat citra positifnya di mata publik. Pencitraan semacam ini tidak hanya menjadi upaya korporasi untuk mengikuti tren global terkait keberagaman dan inklusivitas, tetapi juga mencerminkan komitmen perusahaan terhadap transformasi sosial di dunia bisnis. Penelitian ini dapat membuka pintu untuk mengeksplorasi lebih jauh tentang bagaimana struktur yang didominasi perempuan dan kebijakan inklusif seperti ini memengaruhi kinerja perusahaan, hubungan antar-

karyawan, hingga persepsi masyarakat luas terhadap Grant Thornton sebagai pelopor inklusi gender.

1.2. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka identifikasi masalah yang ditetapkan untuk menjadi bahan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Grant Thornton Indonesia yang memiliki seorang perempuan sebagai CEO-nya dan juga pimpinan dari divisi yang banyak dipegang oleh perempuan, menginginkan semua perempuan terkhusus yang ada di lingkungan kerja untuk memiliki dan memperkuat kepercayaan mereka.
2. Dengan memiliki *media relations* yang luas menjadikan bagaimana *media gathering* dapat berperan efektif dalam membangun citra Grant Thornton.

Dari uraian identifikasi masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini, maka penulis merasa perlu dilakukan pembatasan masalah agar dalam pengkajian yang dilakukan lebih terfokus kepada rumusan masalah penelitian ini yang menitikberatkan kepada *Media Gathering* yang dilaksanakan Grant Thornton Indonesia dengan Tema “Membangun Kepercayaan Diri Perempuan di Tempat Kerja”.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, berikut adalah rumusan masalah yang dapat penulis rumuskan:

Bagaimana *Media Gathering* yang dilakukan Grant Thornton dalam membangun citra Perusahaan dengan mengangkat tema membangun kepercayaan diri Perempuan di tempat kerja?

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana *Media Gathering* yang dilakukan Grant Thornton untuk membangun citra Perusahaan dengan membahas kepercayaan diri Perempuan di tempat kerja.

2. Untuk memahami bagaimana *Media Gathering* dapat menjadi sarana atau strategi *Public Relations* suatu perusahaan.

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat bagi para pembaca yaitu:

1. Dapat mengembangkan wawasan dan memperluas pengetahuan bagi pembaca dan dapat dijadikan sebagai sebuah rujukan untuk ilmu pengetahuan.
2. Dapat memberikan pemberdayaan dan memberikan inspirasi, wawasan, dan strategi bagi seluruh perempuan sehingga penelitian ini dapat memberikan saran yakni bahwa setiap perempuan pasti memiliki potensi untuk meraih kesuksesan di dunia kerja.
3. Dapat memberikan sebuah pemikiran dan kesadaran baru untuk perusahaan dalam membangun kepercayaan diri perempuan dan mengurangi terjadinya kesenjangan gender di lingkungan kerja.

1.5. Sistematika Penulisan

Guna mempermudah pembaca dalam mengetahui pembahasan yang terdapat dalam penelitian ini secara menyeluruh, sistematika penulisan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah yang membahas masalah penelitian, yaitu terkait *Media Gathering* sebagai strategi *Public Relations* Grant Thornton untuk membangun kepercayaan diri Perempuan di tempat kerja dan sebagai sarana. Dimana latar belakang ini membawa pada rumusan masalah dan tujuan penelitian, yaitu untuk memahami bagaimana *Media Gathering* dapat menjadi sarana atau strategi *Public Relations* suatu perusahaan.

BAB II**KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini penulis menjabarkan lima penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *Relationship Management*. Selain itu, penulis juga menjabarkan kerangka konseptual dimulai dari Strategi, *Media Relations*, *Media Gathering*, dan Kepercayaan Diri.

Kerangka pemikiran juga disusun secara deskriptif.

BAB III**METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini penulis mengemukakan pendekatan serta metode penelitian yang digunakan, yaitu pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dengan menggunakan Teknik wawancara dan dokumentasi. Penulis melakukan wawancara dengan pihak *Media Relations* dari Grant Thornton, yang menjadi subjek dari penelitian. Analisis data dengan menerapkan analisis interaktif dan komponen berupa tabel. Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kepercayaan (*credibility*), Ketergantungan (*dependability*), dan Kepastian (*confirmability*). Diakhiri dengan Lokasi dan situs penelitian, serta jadwal penelitian yang dijabarkan secara *men-detail*.

BAB IV**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pembahasan serta penjelasan terkait hasil penelitian yang sudah ditemukan dilapangan oleh penulis.

BAB V**PENUTUP**

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian dilapangan. 3. Bagian Akhir Skripsi Bagian akhir ini berisi tentang daftar pustaka dan daftar lampiran lainnya.