Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Public relations saat ini merupakan salah satu bagian yang penting dalam sebuah perusahaan ataupun institusi. Scott M. Cutlip dan Allen H. Center dalam bukunya '*Effective Public relations*' (2006:6), mengatakan bahwa *Public relations* merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasikan kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian, pemahaman, dan dukungan dari publiknya.

Public relations saat ini perannya menjadi sangat penting dan juga dibutuhkan karena semakin ketatnya persaingan antar perusahaan, terdapatnya tuntutan dan harapan masyarakat yang semakin hari semakin tinggi terhadap pemenuhan kebutuhan akan informasi, perkembangan masyarakat yang semakin kritis, besarnya pengaruh opini, sikap dan perilaku masyarakat terhadap stabilitas dan reputasi perusahaan, serta adanya perkembangan teknologi dan informasi yang menyebabkan alur dan laju informasi menjadi semakin cepat (Ardianto, 2011:3).

Menurut Davis (2003:5), Public Relations membantu sebuah organisasi dan publiknya agar memiliki hubungan yang saling menguntungkan karena Public Relations merupakan cara sebuah organisasi untuk memenangkan kerjasama dari sekelompok orang, juga membantu untuk berinteraksi dan berkomunikasi secara efektif dengan publiknya. Berlandaskan itulah, maka sebenarnya setiap perusahaan membutuhkan peran Public Relations dalam melakukan setiap aktivitas pekerjaannya, terutama dalam menjalin hubungan dengan para *stakeholders*nya.

Implementasi peran junior..., Marcheilla, FIKOM UMN, 2013

Peran seorang *Public relations* yang semakin penting dan dibutuhkan ini akhirnya membuat banyak perusahaan konsultan *Public relations* bermunculan. Berbagai macam perusahaan yang bergerak di bidang *agency* PR ini saling berlomba menawarkan jasa bagi perusahaan-perusahaan yang membutuhkan para spesialis di bidang *Public relations* sesuai dengan yang diutarakan Jefkins dalam bukunya '*Public relations Consultants Association'* (2003:40), praktik konsultan PR adalah penyelenggara jasa-jasa teknis dan kreatif tertentu oleh seseorang atau sekelompok orang yang memiliki keahlian berdasarkan pengalaman serta latihan yang telah mereka dapatkan sebelumnya, dan dalam menjalankan fungsi-fungsi tersebut mereka memiliki suatu identitas perusahaan yang sah menurut hukum.

Pertumbuhan perusahaan yang bergerak di bidang konsultan PR ini semakin lama semakin tinggi karena walaupun sebuah perusahaan telah memiliki bagian atau divisi PR tersendiri, namun perusahaan-perusahaan tersebut masih membutuhkan saran dan bimbingan dari pihak luar yang sifatnya objektif dan membangun, atau secara mudahnya perusahaan tersebut memerlukan support untuk menjalankan kegiatan PR yang telah direncanakan sebelumnya.

Jasa yang ditawarkan oleh para perusahaan konsultan PR biasanya beragam, mulai dari *media relations*, pembuatan konsep strategi komunikasi, *event management*, dan lainnya. Sebuah perusahaan bisa secara penuh memakai jasa konsultan PR, namun tidak menutup kemungkinan, konsultan PR tersebut menjadi tenaga *support* PR *division* yang berada di perusahaan tersebut.

Terdapat beberapa kelebihan dan kekurangan yang dalam menggunakan jasa konsultan PR (Jefkins, 2004:54). Kelebihannya adalah sikap independen yang dimiliki oleh konsultan PR mampu membawa mereka memberikan wacana yang sifatnya objektif sehingga wacana yang diberikan kepada perusahaan adalah wacana yang nyata dan jujur, tanpa dipengaruhi kepentingan-kepentingan lain. Kemampuan beragam yang dimiliki oleh konsultan PR dapat menjadi suatu hal yang menguntungkan dimana konsultan PR sudah terbiasa menangani banyak klien

Implementasi peran junior..., Marcheilla, FIKOM UMN, 2013

sehingga hal tersebut memperkaya strategi komunikasi mereka. Kekurangan menggunakan jasa PR adalah pihak perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan diluar dari perjanjian kecuali jika perusahaan tersebut membuat kontrak perjanjian *full time* dengan pihak konsultan. Hal ini dikarenakan sifat konsultan PR yang tidak sefleksibel *in house* PR *division* yang bisa melakukan semua pekerjaan dengan hitungan biaya yang sama.

Berdasarkan hal tersebut, penulis akhirnya memilih untuk melakukan praktik kerja magang pada salah satu perusahaan konsultan PR yang terletak di kawasan Pondok Indah. Penulis memilih perusahaan konsultan PR sebagai tempat praktik kerja magang dikarenakan oleh beberapa alasan yang melatarbelakanginya, salah satunya adalah keinginan penulis untuk mendalami fungsi, peran, serta berbagai strategi komunikasi yang selama ini sudah dipelajari di universitas sehingga kedepannya penulis dapat mengimplementasikan secara langsung ilmu yang penulis dapatkan dengan lebih baik lagi.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Adapun maksud dan tujuan dalam melakukan praktik kerja magang yang dilalui oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui fungsi dan peran, serta tugas maupun tanggung jawab yang dijalankan oleh seorang *Public relations*.
2. Untuk dapat mengimplementasikan ilmu-ilmu terkait *Public relations* yang telah dipelajari oleh penulis selama ini.
3. Untuk mengetahui fungsi maupun peran sebuah konsultan PR dalam menangani setiap kliennya.
4. Untuk mengasah kemampuan berpikir dalam mengolah berbagai macam strategi komunikasi yang biasa digunakan oleh seorang *Public relations*.

Implementasi peran junior..., Marcheilla, FIKOM UMN, 2013

5. Untuk memperkaya ilmu dan juga pengetahuan di bidang *Public relations*.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

Praktik kerja magang ditempuh oleh penulis dalam kurun waktu tiga bulan terhitung sejak tanggal 1 Juli 2013 – 30 September 2013. Dalam melakukan praktik kerja magangnya, penulis diwajibkan untuk mengikuti segala bentuk peraturan yang berlaku di tempat penulis melakukan kerja magang, yaitu konsultan PR Prasasta Reputation Management. Prasasta Reputation Management berlokasi di Pondok Indah Office Tower 2, lantai 17, Jl. Sultan Iskandar Muda Kav. V – TA, Pondok Indah, Jakarta 12310.

Peraturan yang diterapkan di Prasasta kurang lebih sama dengan peraturan sewajarnya yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan pada umumnya, antara lain:

1. Jam kerja dilakukan setiap hari Senin- Jumat pada pukul 08.30 – 17.30 WIB.
2. Karyawan diharuskan menggunakan pakaian yang rapih dan sopan selama bekerja. Setiap hari Kamis karyawan diharapkan untuk menggunakan batik, sedangkan di hari Jumat karyawan diperkenankan untuk menggunakan pakaian bebas.
3. Karyawan harus melakukan tapping sebagai bukti absen sebelum memasuki kantor dan sebelum pulang kantor.

Sedangkan prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilalui oleh penulis terdiri dari 12 tahap, yaitu:

1. Penulis mencari tempat kerja magang yang sesuai dengan kriteria yang dimiliki oleh penulis.
2. Setelah menetapkan pilihan akan melakukan kerja magang dimana, penulis mengajukan permohonan dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang

Implementasi peran junior..., Marcheilla, FIKOM UMN, 2013

(Form KM-01) yang dijadikan sebagai acuan pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang yang kelak akan ditujukan kepada perusahaan yang diinginkan. Setelah form KM-01 diisi oleh penulis, penulis harus meminta tanda tangan ketua program studi, yakni Ibu Bertha. Setelah form KM-01 telah ditandatangani oleh kaprodi, penulis mendapatkan form KM-02 yang kemudian dikirimkan kepada perusahaan yang dituju.

3. Penulis menghubungi calon perusahaan tempat kerja magang dengan mengajukan surat lamaran kerja, CV, dan form KM-02.

4. Setelah melalui tahap *interview* dan psikotest, penulis memperoleh penjelasan mengenai perusahaan dan dapat memulai praktik kerja magang.

5. Setelah mendapat surat keterangan diterima kerja magang, penulis menukarkan surat keterangan tersebut dengan form KM-03, KM-04, KM-05, KM-06, dan KM-07 ke pihak kampus.

6. Selanjutnya, form KM-03, yaitu kartu kerja magang diisi dan ditandatangani oleh penulis maupun pembimbing lapangan penulis.

7. Selama melakukan proses kerja magang, form KM-04 (kehadiran kerja magang) diisi dengan keterangan tanggal, jam masuk, maupun jam keluar. Formulir tersebut lalu disahkan dengan ditandatangani oleh pembimbing lapangan.

8. Selanjutnya, setiap pekerjaan yang dilakukan oleh penulis setiap minggunya di tuliskan pada form KM-05 (laporan realisasi kerja magang).

9. Setelah periode kerja magang berakhir, penulis meminta pembimbing lapangan untuk mengisi form KM-06, yaitu formulir penilaian kerja magang. Formulir yang telah diisi kemudian dimasukan kedalam amplop oleh pembimbing kerja magang.

Implementasi peran junior..., Marcheilla, FIKOM UMN, 2013

10. Di universitas, penulis melakukan proses konsultasi dengan dosen pembimbing magang yaitu Bapak Yudhie Setiawan. Penyusunan laporan kerja magangpun dimulai dengan dibarengi proses konsultasi secara bertahap dengan dosen pembimbing.

11. Laporan kerja magang yang telah disusun dipertanggungjawabkan melalui sidang ujian kerja magang yang kemudian laporan kerja magang tersebut wajib diserahkan kepada pihak perusahaan tempat penulis melakukan kerja magang.

12. Setelah perusahaan menerima hasil laporan kerja magang, maka perusahaan wajib mengisi form KM-07, yang kemudian akan kembali diserahkan kepada penulis.

Implementasi peran junior..., Marcheilla, FIKOM UMN, 2013