



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.

BAB I

PENDAHALUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis yang berkembang pesat di Indonesia menuntut perusahaan-perusahaan yang ada untuk peka terhadap perubahan situasi bisnis saat ini. Tidak semua perusahaan di Indonesia memiliki divisi atau bagian *Public Relations* atau selanjutnya di singkat *PR*. Hal inilah yang mendorong tumbuhnya jasa layanan *PR* yang disediakan oleh sejumlah *agency* di Indonesia. *Agency PR* sangat berguna untuk sebuah perusahaan agar bisa berinteraksi langsung dengan konsumen atau klien dengan baik.

Oleh sebab itu *agency PR* dibutuhkan oleh sebuah perusahaan. *Agency PR* sangat bisa membantu perusahaan untuk mengkomunikasikan brand sebuah perusahaan kepada publik secara lebih umum dengan cara memikirkan strategi apa yang harus dibuat agar dapat mencapai targetnya. Selain itu juga dapat membantu menangani masalah isu dan krisis yang sedang dihadapi oleh sebuah perusahaan. Ketika di dalam sebuah krisis, *Agency PR* juga dapat membantu memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan dan pendapat umum atau dari masyarakat. Namun tidak hanya perusahaan yang tidak memiliki divisi *PR* yang menggunakan *Agency PR* tetapi yang memiliki divisi *PR* pun tidak menutup kemungkinan untuk menggunakan jasa *Agency PR*. Bedanya perusahaan yang memiliki divisi *PR* menggunakan jasa tersebut untuk membantu kegiatan yang kiranya tidak dapat ditangani dengan bagian *PR* perusahaan itu sendiri. Selain itu juga dapat meminimalisir waktu dalam menyelesaikan sebuah *project* yang sedang dijalankan.

Sedangkan perusahaan yang tidak memiliki divisi *PR* akan menggunakan *Agency PR* hanya dalam keadaan yang diperlukan saja. Karena alasan sebuah perusahaan yang tidak memiliki divisi *PR* adalah masalah biaya yang cukup besar atau masih belum bisa mempercayai manajemen dengan efektifnya peran *PR* bagi organisasi.

Agency PR bertanggung jawab pula terhadap sebuah *event* yang sedang di adakan oleh kliennya. Guna mencapai target yang sudah ditentukan oleh sebuah perusahaan.

Zaman sekarang, sudah banyak *Agency PR* di Indonesia baik lokal maupun multinasional. Tentunya setiap agensi memiliki spesialisasi tersendiri dan juga struktur organisasi yang berbeda. Konsultan *PR* ini bermanfaat untuk memberikan program komunikasi yang benar secara efektif dan efisien. Peran konsultan *PR* ini pada umumnya ialah *event management/special event, crisis management, media monitoring dan media relations, corporate communication, go public, serta Coporate Social Responsibility atau CSR* (Hardiman, 2007:124)

Salah satu *Agency PR* yang sudah dikenal di Indonesia adalah Inke Maris & Associates, atau selanjutnya disingkat IM&A. Perusahaan ini adalah perusahaan yang sudah cukup lama dan sudah banyak terekam jasanya untuk membantu beberapa perusahaan dalam bidang *PR*. Alasan dari *Agency PR* ini didirikan adalah untuk memperbaiki komunikasi bisnis orang-orang asing yang sedang berbisnis di Indonesia. Karena adanya peluang itu, akan memudahkan perjalanan bisnis asing agar berkembang baik di Indonesia dan juga sangat bermanfaat bagi pelaku bisnis di Indonesia untuk belajar berbisnis dari orang-orang asing tersebut.

Pendiri IM&A memimpin perusahaan ini sebagai *chief executive officer*, sehingga perusahaan ini menjadi sebuah konsultan *Public Relations* terkemuka di Indonesia. Beliau membangun reputasi IM&A persis pada saat khalayak belum mengenali apa itu *PR*. Karena dahulu banyak orang yang meremehkan *PR* sebagai lucu-lucuan, dan selalu dikaitkan dengan kehadiran wanita cantik. Namun Inke Maris mampu merubah penilaian orang tentang *PR* menjadi devinisi yang sebenarnya seperti sekarang ini.

The World Grain Congress yang dihadiri oleh semua perusahaan penghasil gandum dan tepung terigu dari seluruh dunia yang berlangsung di Indonesia, adalah pekerjaan pertama yang dikerjakan sebagai *PR*. Namun tidak hanya itu, IM&A juga bersifat internasional. Diawal kiprahnya, IM&A belum merasakan persaingan bisnis yang ketat dalam bidang *agency PR*. Namun setelah Indonesia berkembang dan

menjadi semakin liberal serta terbuka, banyak sekali perusahaan *PR* asing yang diizinkan beroperasi dengan bebas.

Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk mengikuti praktik kerja magang di Inke Maris & Associates, karena melihat pengalaman dan jam terbang yang cukup panjang dan baik. Ditambah lagi perusahaan ini bergerak dalam bidang *PR* yang sangat sesuai dengan program studi yang sedang dijalankan oleh penulis. Penulis dituntut untuk terus berpikir kreatif dan mampu bekerja dengan cepat sesuai kontrak yang sudah diterapkan dengan klien.

Di Indonesia terdapat beberapa *PR Agency* yang terkenal, di antaranya:

1. Fortune PR
2. Budge Communications
3. Edelman Indonesia
4. Golin Jakarta
5. Weber Shandwick (Indonesia)
6. Imogen Public Relations
7. Alchemy Creative Communications
8. Apco Worldwide
9. Burson-Marsteller Indonesia
10. Inke Maris & Associates

Pada zaman sekarang banyak orang yang salah mengartikan pengertian *Public Relations* yaitu sebagai juru bicara, namun pada kenyataannya *Public Relations* adalah peran yang sangat berguna membantu untuk membantu *crisis management* sebuah perusahaan. Telah terjadi perubahan posisi seorang *Public Relations* dalam sebuah perusahaan, yang dimana kita ketahui sekarang *Public Relations* ditempatkan di level atas perusahaan.

Cutlip, Center & Broom (Broom,2006,h.6) memberikan definisi *Public Relations* dalam fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dengan publiknya. Dalam perusahaan *Public Relations* sangat dibutuhkan.

Dalam usahanya untuk mencapai tujuan, seorang *Public Relations* memiliki strategi yang akan dilakukan. Strategi seorang *Public Relations* tentu memiliki landasan dalam pembuatan strategi *Public Relations* yang terintegrasi dari fungsi dan peran seorang *Public Relations*. Strategi ini sangat dapat digunakan oleh *Public Relations* dalam membantu perusahaan ketika mengalami isu dan krisis yang melanda sebuah perusahaan.

Media Monitoring adalah salah satu bagian dari media relations yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan *Agency PR*. Media monitoring merupakan kegiatan pengguntingan atau pemotongan bagian-bagian tertentu dari surat kabar, majalah atau sumber yang lain kemudian disusun dalam sistem tertentu dalam suatu bidang. (Ardianto 2004 : 98)

Media monitoring adalah salah satu bagian terpenting yang harus dilakukan oleh seorang *Public Relations*, guna untuk membantu sebuah klien atau perusahaan mengetahui kondisi keadaan perusahaannya jika dibandingkan dengan semua kompetitornya. Disamping itu, bagian media monitoring juga dapat membantu proses kerja berjalan dengan lebih cepat dan mendapatkan hasil yang maksimal bagi sebuah perusahaan.

Hasil kerja dari bagian media monitoring itu sendiri biasanya berbentuk *klipping*, karena berita yang di *monitoring* dalam bentuk cetak maupun *online* harus dikumpulkan menjadisaat agar perusahaan tersebut dapat menyusun berita yang sudah didapat dengan sang teratur.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Melalui program praktik kerja magang ini, penulis ingin mengetahui aktivitas media monitoring di Inke Maris & Associates. Selain itu penulis juga menerapkan proses pembelajaran selama masa kuliah, khususnya di bidang media monitoring yang di pelajari dalam mata kuliah Media Relations. Penulis semakin mengetahui

arti penting dari media monitoring itu sendiri setelah menjalankan praktik kerja magang di Inke Maris & Associates.

1.3 Waktu dan Prosedur Praktik Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja

Waktu pelaksanaan kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis selama 3 bulan, sejak 4 Februari 2016 – 31 Mei 2016, berdasarkan dengan perjanjian yang telah tertulis disurat penerimaan kerja magang. Jadwal kerja *intern* penulis adalah hari Senin – Jumat, dan harus hadir dikantor pada pukul 07.00 hingga 16.00 WIB. Namun, berdasarkan perjanjian yang telah dibuat, para *intern* diharapkan bersedia untuk pulang lebih larut apabila ada pekerjaan yang harus diselesaikan saat itu juga, dan bersedia mengikuti sebuah *event* yang di adakan oleh klien.

1.3.2 Pengajuan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis ialah:

1. Penulis mulai menyebarkan *Curriculum Vitae* (CV) pada tanggal 16 Januari 2016 ke email yang tertera pada sebuah situs yang memberikan informasi lowongan kerja dan membuka program magang.
2. Penulis mendapatkan jawaban untuk panggilan *interview* pada tanggal 18 Januari 2016, pukul 14.00 WIB. Saat wawancara berlangsung, penulis diwawancarai oleh seorang *Account Executive* perusahaan tersebut yang bernama Elizabeth Augustina Sagala. Penulis ditanyakan seputar perkuliahan dan *skill* yang dimiliki. Lalu penulis juga ditanyakan apakah mengerti persoalan perbankan apa tidak, ia menjelaskan bahwa apabila penulis di terima di Inke Maris, penulis akan menangani klien yang bergerak dibidang perbankan tersebut. Setelah banyak bercerita mengenai klien dan persoalan perbankan, penulis juga ditanyakan soal jadwal perkuliahan yang akan diambil selama program magang akan berlangsung.
3. Penulis dipersilahkan untuk pulang dan menunggu panggilan selanjutnya.

4. Setelah seminggu menunggu, Inke Maris kembali menghubungi penulis dan menyatakan bahwa penulis harus mengikuti beberapa *test* agar memenuhi SOP yang sudah tertera.
5. Pada tanggal 26 Januari 2016, penulis kembali ke kantor Inke Maris pada pukul 13.00 WIB dan menjalankan *test* yang di berikan. Penulis di *test* untuk membuat sebuah *press release* dan membuat 2 buah *summary* yang sudah disediakan dalam waktu 3 jam.
6. Setelah selesai penulis diharapkan untuk menunggu hasil dari *test* tersebut.
7. Kurang lebih pada pukul 16.00 WIB penulis dinyatakan di terima diperusahaan tersebut dan dapat mulai bekerja sebagai anak *internship* pada tanggal 4 Februari 2016.
8. Surat pernyataan yang diberikan oleh pihak Inke Maris bahwa penulis resmi diterima untuk melaksanakan kerja magang di Inke Maris diberikan kepada penulis untuk segera di urus kepada BAAK agar dapat mengambil KM – 03 sampai KM – 09.

UMMN