



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

*Public Relations* merupakan salah satu kegiatan komunikasi yang telah dipergunakan secara luas di Indonesia oleh Department, Industri Swasta, dan Persahaan. Pada tahun 1906, Ivy Ledbetter Lee berhasil menanggulangi kelumpuhan industri batu bara di Amerika Serikat melalui aktivitas PR. Menurut Edward L. Berney (2003:6), PR sendiri diartikan sebagai proses membujuk publik untuk memiliki pengertian yang mendukung serta niat yang baik. Kelompok tertentu menilai PR memiliki kredibilitas tinggi dibandingkan iklan sehingga tidak memutus kemungkinan bahwa banyak persaingan bisnis banyak menggunakan aktivitas PR. Menurut Cutlip dan Center (dalam Effendy 2009:116), PR merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan atau cara seseorang atau perusahaan demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melaksanakan suatu program untuk mencapai target dan dukungan publik. Aktivitas PR digunakan dalam sebuah perusahaan untuk membangun relasi baik dengan publik melalui komunikasi yang efektif dan membuat perencanaan yang matang seperti yang dijelaskan oleh Ruslan (2014:15), praktik *Public Relations* adalah memikirkan, merencanakan dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga relasi baik oleh sebuah organisasi kepada publiknya.

Akibat perkembangan bisnis dan memicu persaingan ketat, pada saat ini banyak muncul *agency* yang menawarkan jasa untuk membantu para pebisnis Indonesia dalam mempromosikan dan membuat kampanye kegiatan demi keberlangsungan hidup bisnis. PR *agency* yang dianggap dapat membangun citra perusahaan karena kehebatannya dalam

menganalisis kekurangan kompetitor sehingga mempermudah membuat strategi dengan menonjolkan keunggulan *brand* atau perusahaan *client*. Salah satunya adalah PT Delore Selaras Abadi merupakan salah satu perusahaan *public relations agency* yang menawarkan jasa dengan membuat strategi yang berkaitan dengan aktivitas PR dan sudah menjalankan lebih dari 150 *campaign* dari berbagai macam *brand* ternama.

Salah satu divisi yang membantu PT Delore Selaras Abadi dalam menyediakan layanan kepada klien adalah *media analyst*. *Media analyst* memiliki keterkaitan yang tidak terpisahkan dengan *public relations* karena pada dasarnya seorang PR akan melakukan analisis terlebih dahulu sebelum mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan kepada publik agar pesan tersebut dapat tersampaikan dengan benar dan sesuai. Menurut Morissan (2010:8), PR diberikan batasan yaitu, sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar dari sebuah perusahaan dengan semua publiknya dengan mencapai tujuan spesifik. Peran dan fungsi *media analyst* di PT Delore Selaras Abadi adalah a) Media monitoring, b) Mencari dan menganalisis influencer, c) Memahami perilaku *target audience* dari *client*, d) Mencari dan menganalisis media yang cocok digunakan untuk *client*, f) Menghubungi dan menunggu *feedback* dari influencer dan media. Menurut Ishak Prdosi (2019), fungsi utama media monitoring adalah proses membaca dan melihat konten media lalu menganalisis isi dari konten tersebut sesuai dengan kebutuhan perusahaan. *Media monitoring* merupakan aktivitas dalam divisi media analis yang paling penting dan efektif karena secara langsung menganalisis media dan mendeteksi isi dari sebuah berita, kegiatan ini diupayakan untuk mengetahui sebuah peristiwa atau menyangkut kebijakan yang akan berdampak pada suatu perusahaan.

*Media monitoring* juga digunakan untuk mengevaluasi kegiatan divisi *media relations* karena keberhasilan dapat dikatakan jika media memberikan *feedback* dalam sebuah publikasi atau pemberitaan. Aktivitas *media analyst* di PT Delore Selaras Abadi cukup berjalan dengan baik karena didukung dengan tim *customer service* dan *media relations*.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengkaji tentang peran dan fungsi *media analyst* yang berada di PT Delore Selaras Abadi dalam mencari lalu menganalisis berita, media, influencer melalui media sosial dan melakukan *media monitoring*.

## **1.2 TUJUAN KERJA MAGANG**

Berikut merupakan tujuan dilaksanakannya kegiatan kerja magang di PT Delore Selaras Abadi:

- a. Meningkatkan pengetahuan praktis di bidang *media analyst* di PT Delore Selaras Abadi
- b. Meningkatkan ketrampilan di bidang *media analyst* khususnya dalam menguasai *software* seperti Kazee dan Hypestat.
- c. Meningkatkan *softskill* seperti melatih kedisiplinan dan ketekunan dalam menganalisis media dan melatih kerjasama yang baik dalam tim.

## **1.3 WAKTU DAN PROSEDUR PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

Praktek kerja magang yang dilakukan di PT Delore Selaras Abadi dilaksanakan dari tanggal 10 Januari 2020 10 Mei 2020. Waktu kerja yang diterapkan setiap hari Senin - Sabtu dari jam 09.00 18.00 WIB.

Berikut merupakan prosedur magang yang harus diikuti:

1. Mengajukan permohonan dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang (Form KM-01) sebagai acuan pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi dan ditujukan ke PT Delore Selaras Abadi.
2. Mengirimkan surat lamaran dan CV ke PT PT Delore Selaras Abadi untuk melakukan praktek kerja magang dengan periode 60 hari, disertai dengan Surat Pengantar Kerja Magang dari kampus.
3. Meminta surat keterangan dari PT Delore Selaras Abadi yang menandakan telah diterima sebagai peserta magang di perusahaan tersebut. Surat tersebut ditandatangani oleh Human Resources PT PT Delore Selaras Abadi, yaitu Septiana Edyson, lalu diserahkan ke Sekretariat Prodi dan BAAK.
4. Prodi memberikan KM-02 dan BAAK memberikan KM-03 sampai KM-07, yang terdiri dari kartu kerja magang, formulir absensi, formulir realisasi kerja magang, formulir hasil penilaian praktik kerja magang, dan formulir penyerahan laporan magang. Semua itu akan dilengkapi dengan tanda tangan dari mentor / pembimbing lapangan yaitu Cathy Mewengkang.
5. Setelah periode praktek magang selesai, konsultasi dengan dosen pembimbing laporan magang, dan melengkapi data-data yang dibutuhkan.
6. Laporan yang sudah diterima dan disetujui oleh dosen pembimbing magang selanjutnya dipresentasikan dan dipertahankan dalam sidang magang yang diadakan oleh program studi ilmu komunikasi.

