



### **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**

Indonesia saat ini berada pada era teknologi dan informasi yang berkembang sangat pesat. Berbagai disrupsi teknologi telah terjadi di segala bidang kehidupan, salah satunya pada bidang komunikasi. Beberapa tahun yang lalu, pelaku bisnis hanya menggunakan media lama sebagai alat untuk menyampaikan pesan dan melakukan kegiatan pemasaran. Begitu pula dengan masyarakat dalam mengkonsumsi sebuah pesan atau informasi. Media lama yang digunakan adalah majalah, surat kabar, koran, televisi, dan Aradio. Namun, saat ini masyarakat maupun pelaku bisnis telah banyak beralih pada media baru yang terhubung dengan internet.

Pada tahun 2018, Indonesia tercatat memiliki 47.000 media massa yang terdiri dari media cetak, radio, televisi, dan media online. Dari jumlah tersebut, 2.000 adalah media cetak, 674 radio, 523 televisi, dan sisanya yang paling mendominasi adalah media online. Ketua Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo saat memberikan pemaparan dalam acara diskusi ruang tengah di kantor Tempo, mengatakan bahwa berdasarkan data Dewan Pers 2018, jumlah tersebut membuat Indonesia sebagai negara dengan media massa terbanyak di dunia. (Agustina, 2018)

Data yang dihimpun *We Are Social* pada tahun 2019 mencatat bahwa populasi pengguna internet di Indonesia menembus 150 juta orang atau sekitar 50 persen dari total penduduk yang mencapai 355 juta pada tahun 2019. Jumlah pengguna internet meningkat 18 juta dari jumlah pengguna internet 2017 yang tercatat sebesar 132 juta. Artinya, penetrasi internet terhadap total populasi di Indonesia mengalami kenaikan.

Gambar 1.1 Populasi Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: *We Are Social*

Pengguna media sosial aktif 150 juta dan yang aktif bermedia sosial di platform *mobile* adalah sebanyak 130 juta orang. Iklim semacam ini menjadi lapangan yang subur bagi pertumbuhan media digital di Indonesia. Tidak heran bahwa jumlah media online saat ini sangat banyak, yaitu 43.830 di tahun 2018.

Penetrasi penggunaan media online di atas membuat media cetak saat ini mengalami pergeseran. Menurut data Serikat Perusahaan Pers (SPS) 2018, jumlah penerbitan media cetak secara nasional pada 2017 telah merosot menjadi 850 penerbitan atau tersisa tinggal 57,54% dari 2003 yang mencapai 2.002 penerbitan. Hal ini disebabkan oleh pergeseran minat baca dari cetak ke digital. (Manan, 2018)

Fenomena di atas mengakibatkan terjadinya perubahan laskap bisnis media ke digital. Rhenald Kasali menuturkan bahwa disrupsi teknologi yang terjadi telah mengubah pola perilaku dan gaya hidup masyarakat sehari-hari. Era ini membawa masyarakat kepada kemudahan saat mereka ingin berbelanja, mendapatkan alat transportasi, membeli makanan dan segala bentuk kemudahan lainnya. Jika sebelumnya mereka harus melakukan usaha secara fisik untuk mendapatkan berbagai hal tersebut, maka kini segalanya bisa didapatkan dengan hanya melakukan beberapa sentuhan di gadget. Sayangnya, perubahan-perubahan besar ini seringkali tidak dapat

diikuti oleh cara-cara lama, sehingga banyak pelaku bisnis yang juga harus bergerak cepat untuk mengikuti perubahan (Nurfadilah, 2018).

Kompas Gramedia sebagai salah satu perusahaan media yang awalnya bergerak sebagai perusahaan media cetak telah melakukan transformasi pada laman digital. Arki Sudito selaku Vice GM HR Development Kompas Gramedia dalam acara *Company Visit* oleh Kalibr mengatakan bahwa berkembangnya teknologi dan informasi menuntut berbagai industri di Indonesia termasuk Kompas Gramedia untuk cepat beradaptasi dan melakukan transformasi agar dapat terus berjalan bersama masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya yang kompleks. (Sunjaya, 2019).

Nielsen Indonesia menyatakan bahwa di Indonesia, saat ini pembaca media digital sudah lebih banyak ketimbang media cetak. Faktanya, jumlah pembeli koran terus merosot dalam empat tahun terakhir. Survei Nielsen Consumer & Media View hingga triwulan ketiga 2017 menyatakan, kebiasaan membaca orang Indonesia telah mengalami penurunan. Pada 2017, tingkat pembelian koran secara personal hanya sebesar 20% dibandingkan 2013 yang mencapai 28%. Survei Nielsen tersebut dilakukan di 11 kota dengan mewawancarai 17 ribu responden dan mencapai populasi sebanyak 54 juta orang. (Nielsen, 2017).

Andy Budiman selaku CEO KG Media dalam acara Kompas Bisnis membahas tentang disrupsi media dan bagaimana Kompas Gramedia merespon keadaan tersebut. Ia mengatakan bahwa transformasi yang dilakukan oleh Kompas Gramedia agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat adalah salah satunya membangun media online untuk produk-produk cetaknya. Proses jual beli produk juga telah beralih secara digital. Saat ini, pembelian produk media cetak sudah dapat dilakukan melalui Gramedia Digital dan pembayaran dapat dilakukan secara online. Selain itu, konsumsi media cetak seperti koran dan majalah sudah dapat melalui platform digital, seperti [kompas.com](http://kompas.com), [tribunnews.com](http://tribunnews.com), [kompasiana](http://kompasiana.com), [grid.id](http://grid.id), dan produk digital lainnya. Produk digital Kompas Gramedia pun dapat

diperoleh secara gratis hingga membayar. Bentuk transformasi lain yang dilakukan Kompas Gramedia adalah dengan dibangunnya *startup* yang memberikan layanan jasa dan produk yang beroperasi dalam bidang teknologi. (Kompas TV, 2019)

Bersamaan dengan kondisi industri di Indonesia yang sedang mengalami disrupsi teknologi, dunia kehumasan atau *Public Relations* berkembang dengan pesat di era informasi dan teknologi digital. Perkembangan tersebut tentunya seiring juga dengan berkembangnya tantangan yang dihadapi oleh kehumasan yang semakin kompleks. Seorang PR dituntut untuk memiliki kemampuan yang lebih dari sekadar komunikasi. PR di Indonesia telah berkembang semakin dinamis (Perhumas, 2015)

Menurut Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (PERHUMAS), PR berada di dalam fungsi manajemen sebuah perusahaan untuk melakukan kegiatan komunikasi yang efektif, membentuk citra positif perusahaan, membangun kredibilitas yang terpercaya dan pencegahan terhadap kemungkinan adanya resiko atau isu (Perhumas, 2015).

PT. Kompas Gramedia memiliki departemen *Corporate Communication* yang bertanggung jawab terhadap *corporate branding*, *monitoring* isu, dan membangun citra perusahaan dengan melaksanakan aktivitas *Public Relation*. Namun, selain departemen tersebut, saat ini aktivitas *public relation* juga telah dilakukan oleh departemen *Corporate Human Resource* untuk memenuhi kepentingannya dalam mencari *talent* untuk bekerja di Kompas Gramedia.

Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam bagaimana seorang PR ditempatkan di posisi strategis dalam era disrupsi yang dialami Kompas Gramedia khususnya dalam departemen *Corporate Human Resources* melalui kerja magang ini.

## 1.2 TUJUAN MAGANG

Tujuan dari kerja magang ini adalah untuk mengetahui aktivitas *Public Relations* yang dilakukan oleh departemen *Corporate Human Resources* Kompas Gramedia.

### 1.3 WAKTU DAN PROSEDUR PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan mulai pada 13 Agustus 2019-13 November 2019. Mahasiswa magang diwajibkan mengikuti peraturan fakultas sehingga telah melaksanakan kerja magang selama 60 hari kerja yang bertempat di Kompas Gramedia. Kerja magang dilakukan pada setiap Selasa hingga Jumat yang dimulai pada pukul 09.00 WIB dan selesai pada pukul 17.00 WIB. Selama praktiknya, waktu kerja magang juga berlaku pada hari senin, sabtu dan minggu tergantung pada kegiatan atau acara tertentu perusahaan.

#### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

##### 1.3.2.1 Pengajuan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan kerja magang, mahasiswa penulis terlebih dahulu mengajukan permohonan kerja magang kepada pihak kampus untuk mendapatkan Surat Pengantar Kerja Magang. Surat Pengantar Kerja Magang yang telah ditandatangani oleh Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi disertakan dalam pengiriman curriculum vitae serta surat lamaran ke perusahaan yang dituju. Kemudian penulis memenuhi panggilan untuk melaksanakan interview.

Setelah mendapatkan surat berupa surat keterangan terima kerja magang, penulis memperoleh beberapa form antara lain: Form Kartu Kerja Magang (KM-03), Form Kehadiran Kerja Magang (KM-04), Form Laporan Realisasi Kerja Magang (KM-05), Form Penilaian Kerja Magang (KM-06), dan Tanda Terima Penyerahan Laporan Kerja Magang (KM – 07) dari Universitas Multimedia Nusantara.

### 1.3.2.2 Tahap Pelaksanaan

Praktik kerja magang di Kompas Gramedia dilaksanakan selama tiga bulan yang dibimbing oleh Febe Kinawa Pangguwa selaku HRD Analyst Corporate Kompas Gramedia. Dalam melaksanakan kerja magang, penulis dituntut untuk mematuhi peraturan-peraturan yang berlaku di perusahaan, dapat menyelesaikan setiap tugas yang diberikan, dan dapat menyesuaikan diri serta bekerjasama dengan rekan kerja sekantor.

### 1.3.2.3 Tahap Akhir

Pada tahap akhir praktik kerja magang, penulis diwajibkan untuk membuat laporan yang berkaitan mengenai seluruh kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan kerja magang di Kompas Gramedia. Dalam proses pembuatan laporan kerja magang, penulis akan dibimbing oleh dosen pembimbing yang telah ditentukan oleh kepala program studi ilmu komunikasi agar konten dan sistematika penulisan sesuai dengan ketentuan yang telah diberlakukan.

Laporan kerja magang yang telah selesai kemudian akan diperiksa kembali oleh dosen pembimbing yang bersangkutan untuk mendapatkan persetujuan, laporan yang telah disetujui oleh dosen pembimbing kemudian akan dikumpulkan sesuai dengan periode pengumpulan yang telah ditentukan. Setelah itu, penulis akan mempresentasikan laporan kerja magang tersebut dalam sidang magang sebagai tahap akhir dari pelaksanaan praktik kerja magang