



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

Fenomena munculnya konsultan *Public Relations* di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan membuka peluang bagi para konsultan PR untuk menjadi tim sukses dalam merancang strategi komunikasi yang sesuai serta memberikan langkah-langkah yang tepat membangun citra. Kompetisi antar konsultan PR menjadi begitu ketat mengingat perusahaan atau organisasi yang berniat menyewa konsultan juga menginginkan yang terbaik. Peran konsultan PR dalam sosialisasi berfungsi untuk melakukan suatu interaksi atau hubungan serta kerjasama dengan pihak lain terkait dengan organisasi tersebut. PR juga bertanggung jawab dalam mempertahankan reputasi, citra, dan komunikasi yang baik serta bermanfaat antara organisasi dan publik. Sedangkan dalam dunia bisnis, PR akan membantu untuk memberikan informasi, meningkatkan ketertarikan masyarakat, dan merencanakan strategi untuk meraih simpati khalayak sampai dengan membuat masyarakat paham dan mengerti.

Menurut Dr. Elvinaro Ardianto, M.Si (2011), PR adalah sebuah ilmu dalam rumpun ilmu sosial, dan menjadi bagian dari induknya Ilmu Komunikasi. PR pun menjadi sebuah profesi bidang komunikasi di lembaga atau perusahaan.

(Ardianto, Elvinaro; *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*)

Peran PR sangat besar dalam penanganan krisis kepercayaan dan penurunan citra perusahaan. PR mempunyai tujuan universal yaitu menciptakan *public understanding*, *public confidence*, *public support*, *public corporation*. Selain itu PR mempunyai fungsi mengetahui secara pasti dan mengevaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan perusahaannya, menasehati para eksekutif mengenai cara

menangani pendapat umum yang timbul menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum. Dalam perannya, PR mempunyai metode untuk menangani krisis kepercayaan dan menurunkan citra.

Pada kenyataannya, tidak semua organisasi memiliki divisi atau departemen PR. Salah satu alasannya adalah masalah biaya dan belum percaya dengan management terkait bagaimana keefektifan peran PR sendiri. Oleh karena itu, tiap perusahaan menyewa jasa konsultan PR untuk menyelesaikan masalah yang ada di perusahaan mereka. Seiring perkembangan zaman yang semakin pesat, seseorang dimudahkan dengan munculnya media yang sangat mudah digunakan dan diakses seseorang untuk memperoleh informasi seperti media sosial. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagai teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan.

(Kotler, Philip and Kevin Lane Keller; *Marketing Management*)

Dalam perusahaan konsultan PR terdapat juga bagian *media analyst* serta memiliki tugas khusus yaitu melakukan *monitoring* media. Menurut Mudjahudin dan Putra (2010), *monitoring* dapat didefinisikan sebagai suatu proses mengukur, mencatat, mengumpulkan, memproses, dan mengkomunikasikan informasi untuk membantu pengambilan keputusan manajemen proyek.

(Mudjahidin. Nyoman Dita Pahang Putra; Rancang Bangun Sistem Informasi *Monitoring*)

Bentuk *media monitoring* ada tiga macam, diantaranya ada *media clipping*, *media tracking*, dan *media analyst*. Pertama, *media clipping* adalah bagian dari pekerjaan media monitoring dalam memperoleh berita yang terdapat dalam media digital dan media cetak. Data dokumentasi tersebut berupa artikel, naskah berita, dan iklan media massa bisa berupa teks atau gambar, *media tracking* merupakan kegiatan

melacak jejak opini dalam suatu kejadian yang terdapat dalam berita dan yang telah dimonitor dari media digital dan media cetak. Dan selanjutnya *media analyst* adalah menganalisa isi berita yang terdapat dalam teks berita dan juga menentukan rubric dari berita tersebut. Seorang *media analyst* diminta untuk menentukan *brandmention*, *spokeperson*, *size*, *page*, *colour*, dan *column*.

Peran yang dikerjakan *media analyst*, yaitu menghubungi media untuk memperoleh data *ratecard* media nasional dan media daerah dan juga untuk dimasukkan ke dalam *database* perusahaan. Sedangkan *media relations* bertugas untuk menjalin hubungan baik dengan media, mendatangi *event* sesuai kesepakatan dengan media, lalu juga melakukan *follow up* kehadiran media di dalam *event* karena sudah prosedur *media relations* dengan klienperusahaan untuk menghadirkan awak media dalam *event* tersebut. Menurut Frank Jefkins (2004) *media relations* adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

(Jefkins, Frank; *Public Relations*)

1.2 TUJUAN KERJA MAGANG

Berikut adalah tujuan dilaksanakannya kerjamagang di Piar Consulting:

1. Mengetahui dan melibatkan diri dalam aktivitas *Media Analyst* yang ada di Piar Consulting.

1.3 WAKTU DAN PROSEDUR PELAKSAAN KERJA MAGANG

Praktek kerja magang yang dilakukan di Piar Consulting dilaksanakan pada tanggal 2 Desember 2019 sampai 2 Maret 2020. Waktu yang diterapkan adalah setiap hari Senin sampai Jumat, pukul 09:00 WIB sampai 18:00 WIB.

Berikut adalah prosedur kerja magang yang harus diikuti:

2. Mengajukan form KM 01 sebagai acuan pembuatan surat pengantar magang yang akan ditandatangani oleh Ketua Program Studi dan ditunjukkan ke Piar Consulting.
3. Mengajukan surat lamaran dan CV ke Piar Consulting melalui e-mail dengan tujuan mengajukan permohonan kerja magang dengan periode 60 hari kerja dan disertai surat pengantar dari universitas.
4. Meminta surat keterangan dari Piar Consulting sebagai bukti penerimaan kerja magang di perusahaan tersebut. Surat tersebut ditandatangani oleh Human Resource Piar Consulting yaitu Septiana Edyson, lalu diserahkan kembali ke Sekretariat Prodi dan BAAK.
5. Mengambil surat KM 02 di bagian prodi dan surat KM 03 sampai 07 di bagian BAAK. Surat tersebut berisi kartu kerja magang, formulir absensi, formulir realisasi kerja magang, formulir hasil penilaian, formulir penyerahan laporan magang. Surat tersebut wajib ditandatangani oleh mentor atau pembimbing selama praktik kerja magang yaitu Cathy Mewengkang.
6. Setelah periode kerja magang berakhir, melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing dan melengkapi data yang dibutuhkan.
7. Laporan kerja magang yang telah disetujui oleh dosen pembimbing akan dipresentasikan dalam sidang magang yang diadakan oleh program studi Ilmu Komunikasi.

