

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri pada jaman ini, perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan *advertising* sebagai medium komunikasi perusahaan untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap sebuah produk atau *brand*. Agar perusahaan dapat memperkenalkan dan memasarkan produknya dengan lebih baik, perusahaan dapat menggunakan *PR agency / PR consultant*, untuk merancang strategi yang tepat dalam memperkenalkan produk atau *brand* kepada konsumen.

Saat ini banyak sekali perusahaan yang menggunakan jasa *PR agency* untuk membantu perusahaan dalam merencanakan, mempersiapkan, dan melaksanakan program periklanan, promosi serta *media planning* mereka. *PR agency* adalah suatu organisasi jasa yang mengkhususkan diri dalam merencanakan dan melaksanakan program *PR* bagi klien. Klien yang dimaksud merupakan perusahaan yang menggunakan jasa *PR agency*.

Tabel 1.1 *List* beberapa *PR Agency* berdomisili di Jakarta

Advo Indonesia	Media Buffet	Fortune PR	Ogilvy
Bouche	Cognito Communications	Imogen	Mandreel
Edelman	Maverick	Bening Communications	Kandi Imaji

Di Jakarta sendiri terdapat banyak sekali *PR agency* dan *consultant*. PT Advo Indonesia merupakan salah satu *PR agency / consultant* di Indonesia yang telah mengurus beberapa klien dari luar negeri. Advo selalu menjaga semua strategi dengan sangat *simple*, di tengah-tengah kegiatan *marketing* yang sangat rumit dewasa ini. Advo percaya bahwa satu-satunya cara merancang dan mengomunikasikan strategi dengan sangat baik adalah dengan membangun hubungan yang baik dengan klien dan media. Dengan kerja sama yang baik segala hal akan mendapatkan hasil yang baik.

PT Advo Indonesia tidak hanya bergerak di bidang *PR consulting* saja, tetapi juga bergerak di bidang *Content Marketing, SEO, Media, Marketing Approach Dan Activation*. Sudah sangat banyak klien yang pernah ditangani oleh PT Advo Indonesia, antara lain, Acer, JD.ID, Hong Kong Trade Development Council, Mandiri e-cash, Fuji Xerox, McDonald's, Glico, Le Minerale, Teh Pucuk Harum, Kao, Channel NewsAsia, Dimo, Astragraphia Xprins Indonesia, KOREA MICE & Culture Festival, Maxx Coffee, Mayora dan Mister Aladin. Salah satu alasan kenapa agensi ini merupakan pilihan utama adalah bahwa mereka memiliki daftar klien yang memiliki influens besar dalam pasar Indonesia dan menarik untuk dipelajari.

Salah satu alasan terpenting kenapa perusahaan harus menggunakan jasa *PR Agency* adalah karena perusahaan *PR Agency* lebih mampu menyediakan tenaga terlatih yang ahli di bidang mereka masing-masing. Para staf terdiri dari para konsultan, relasi media, analisis media, dan tenaga ahli lainnya yang memiliki keterampilan khusus, pengetahuan dan pengalaman yang dapat menolong klien memperkenalkan barang dan jasanya. Cukup banyak perusahaan *PR* ini yang memiliki keahlian khusus membantu klien yang bergerak pada bidang tertentu.

Consultant merupakan individu yang bertanggung jawab dalam memberi *input* kepada klien bagaimana sebaiknya mereka mendekati diri terhadap publik dan media. Kegiatan yang dilakukan oleh *consultant* dalam memberi masukan kepada klien disebut juga dengan *consulting*. Seorang *consultant* bertanggung jawab untuk memahami kebutuhan pemasaran dan promosi

pemasangan iklan dan menginterpretasikan kebutuhan itu kepada personel *PR agency*. Seorang *consultant* juga bertugas merekomendasikan strategi komunikasi yang efektif untuk klien untuk mendapatkan persetujuan klien.

1.2 Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Tujuan

Pada dasarnya, program kerja magang yang wajib dilakukan oleh para mahasiswa-mahasiswi memiliki tujuan positif yang nantinya akan sangat bermanfaat bagi perkembangan dan penerapan ilmu di dunia kerja. Beberapa tujuan positif dari praktek kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Ingin mengetahui fungsi bisnis *PR Agency Advo* sebagai *tools* dalam bekerjasama dengan klien.
2. Ingin mengetahui aktivitas dan proses kerja di dalam *PR Agency Advo*.
3. Ingin mengaplikasikan apa yang telah dipelajari selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara dalam aktivitas kerja di *PR Agency Advo*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Praktek Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan sejak 9 Oktober 2018 sampai dengan 27 Januari 2019 dan 4 November 2019 sampai dengan 21 November 2019 dan juga mengikuti peraturan kerja yang sama dengan staf lainnya. Hari dan jam kerja yang berlaku yaitu Senin sampai jumat, pukul 09.00 – 17.00 WIB, ditambah dengan aktivitas *media monitoring* yang diselesaikan di luar dari jam kerja.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan magang, perusahaan meminta membuat *curriculum vitae* dan mengirimkan email kepada bagian *business director* PT Advo Indonesia pada awal bulan Oktober 2018 dan mendapatkan tanggapan 2

hari setelahnya serta kemudian resmi diterima sebagai staf magang pada pertengahan bulan Oktober.

Setelah itu, mengajukan lembaran pengajuan magang dari kampus, untuk kemudian diserahkan kepada *supervisor* yang berada di Advo Indonesia bersamaan dengan dokumen magang lainnya.

Proses kerja magang berlangsung di bawah bimbingan Diza Gambino Widjaya selaku *account director*. Dalam periode magang ini diberikan kesempatan untuk belajar bekerja dan menyelesaikan tugas PR, beradaptasi dengan lingkungan kerja serta menjalin hubungan baik dengan seluruh staf dan media di lingkungan kerja.

Setelah proses magang selesai, diwajibkan untuk membuat laporan kerja magang sebagai bentuk tanggung jawab selama bekerja magang. Bersama-sama dengan pembimbing kerja magang dan dosen pembimbing laporan magang dengan menulis dan memaparkan apa yang telah didapat dan dipraktikkan selama proses kerja magang.