



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

Teknologi pada saat ini sudah tidak bisa dipisahkan oleh kehidupan manusia. Banyak sektor yang sudah memakai teknologi untuk menunjang dan memudahkan usaha manusia dalam mencapai berbagai target. Mulai dari sektor olahraga, pendidikan, konstruksi, transportasi, bisnis, dan masih banyak lagi. Bahkan setiap harinya kita juga pasti menggunakan teknologi yang sudah tersedia seperti, telepon genggam, komputer, laptop, atau pun hal lainnya yang dapat memudahkan kita untuk melakukan sesuatu.

Perkembangan teknologi yang pesat tidak dapat lagi dibendung oleh apapun. Bahkan setiap individu maupun kelompok, berlomba-lomba untuk menciptakan terobosan baru secara terus menerus. Kita bisa melihat persaingan seperti ini dalam kasus “*Apple vs Samsung*”. Kedua produk ini terus bersaing dalam satu dekade terakhir. Mereka terus menciptakan teknologi maupun fitur-fitur baru dalam setiap produk yang mereka keluarkan. Dapat dikatakan bahwa kedua produk ini juga menguasai pasar yang lebih besar apabila dibandingkan dengan merek lain.

Menurut Kominfo (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia) melalui kominfo.go.id mengatakan bahwa “Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta jiwa adalah pasar yang besar. Pengguna smartphone Indonesia juga bertumbuh dengan pesat. Lembaga riset digital marketing Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif *smartphone* terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika”. Selain salah pengguna aktif *smartphone* terbanyak di dunia, Kominfo juga menambahkan bahwa “Indonesia sudah dilirik investor yang berminat berinvestasi di industri digital. Data dari Techlist seperti dikutip dari media teknologi Techinasia menyebutkan, pada kuartal pertama 2015, di Asia Tenggara ada 93 perusahaan *startup* yang

memperoleh pendanaan. Dari jumlah itu, 24 di antaranya merupakan perusahaan startup yang berasal dari Indonesia. Contohnya seperti MatahariMall yang mendapatkan pendanaan terbesar dengan total investasi Rp 6,51 triliun. Pada tahun-tahun sebelumnya juga ada beberapa perusahaan digital Indonesia yang mendapat investasi besar. Salah satunya adalah Go-Jek yang berhasil mendapatkan pendanaan sebesar Rp 2,8 triliun dari Northstar Group. Ada juga Tokopedia yang tahun lalu mendapatkan Rp 1,4 triliun dari Softbank dan Sequoia Capital”.

Indonesia sudah tidak dapat dihindarkan lagi dari dampak perkembangan teknologi komunikasi. Teknologi juga terbukti dapat memberi berbagai dampak positif dan negatif. Tetapi, dengan pemahaman yang baik dan pengertian mengenai dinamika teknologi yang berkembang, maka setiap individu dan masyarakat yang ada akan menjadi penguasa teknologi. Pertumbuhan teknologi Informasi telah banyak berkontribusi dalam menciptakan beraneka ragam kegiatan yang ada di Indonesia yang sudah memanfaatkan teknologi. Mulai dari membuka lapangan pekerjaan, memberi pengetahuan, serta memudahkan masyarakat. Saat ini kegiatan tersebut merupakan: *e-government*, *e-commerce*, *e-education*, *e-medicine*, dan sebagainya, yang semuanya berbasis elektronik. Dan untuk menciptakan sistem yang begitu kompleks dibutuhkan para profesional yang dapat menunjang itu semua, yang dapat menyediakan jasa maupun barang guna menciptakan infrastruktur jaringan yang baik untuk menciptakan performa perusahaan yang baik juga. Namun, untuk mencapai keberhasilan yang diinginkan dalam menggarap semuanya itu, dibutuhkan komunikasi organisasi yang kuat, yang juga dapat menunjang performa perusahaan. Praktik komunikasi seperti lobi, presentasi, dan negosiasi juga sangat dibutuhkan untuk bekerjasama dengan banyak pihak, mulai dari *shareholder* sampai *stakeholder*.

Dalam era globalisasi yang sekarang melanda Indonesia, akan sangat baik apabila seorang di dalam perusahaan mempunyai pengertian dan kemampuan untuk melakukan lobi dan negosiasi adalah merupakan suatu keharusan. Karena baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional, memerlukan pelobi-pelobi dan negosiator yang handal untuk dapat

mencegah dan mengantisipasi berkembangnya suatu konflik yang berkepanjangan, baik itu terjadi di dalam internal maupun eksternal perusahaan. Maka dari itu, dibutuhkan sumber daya manusia yang mumpuni untuk melakukan banyak kegiatan komunikasi untuk menghadapi banyak pihak. Mulai dari pemerintahan, pelanggan perusahaan (pengguna jasa atau barang), mitra perusahaan, dan masih banyak lagi. Dapat disimpulkan bahwa dunia IT juga membutuhkan *corporate communication* yang menjadi bagian dalam faktor keberhasilan perusahaan, dan bukan hanya fokus pada hasil penjualan saja. Bukan berarti hasil penjualan tidak penting, melainkan kedua fungsi ini harus dijalankan dengan sinergi dan beriringan.

Sektor komunikasi pada era modern seperti saat ini, juga sangat terpengaruh oleh perkembangan teknologi yang begitu pesat, dari sarana maupun prasarana. Bahkan sudah banyak perusahaan-perusahaan yang melakukan pertemuan secara virtual, yang artinya para pimpinan perusahaan tidak lagi harus berkumpul dalam satu ruangan atau satu tempat untuk membahas hal-hal penting atau dalam situasi genting untuk mengambil keputusan. Begitu juga dengan bidang-bidang komunikasi lainnya yang seperti *corporate communication*, *marketing communication*, *public relations*, dll. Semua sudah memakai teknologi yang menunjang untuk setiap bidang sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Oleh karena itu, PT Microsis menjadi salah satu perusahaan penyedia barang dan jasa yang menunjang kebutuhan teknologi bagi setiap perusahaan. Perusahaan yang sudah berdiri selama kurang lebih 20 tahun ini juga sangat bergantung kepada apa yang dihasilkan dari lobi dan negosiasi, yakni untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Tidak hanya sampai disitu, PT Microsis juga mempunyai kredibilitas yang baik dalam membina hubungan jangka panjang guna menjadikan para *stakeholder* sebagai teman dalam prosesnya.

PT Microsis menjadi tujuan penulis dalam melakukan praktik kerja magang karena, perusahaan yang telah didirikan sejak tahun 1999 ini mempunyai pengalaman yang berguna bagi penulis dalam menjalin hubungan dengan mitra maupun pelanggan secara jangka panjang. Dalam

hal ini berarti, PT Microsis telah melakukan salah satu praktik *public relations* yaitu *customer relationship management*. Penulis memilih dan menjadikan PT Microsis sebagai tempat untuk mempelajari dan mempraktikkan semua praktik *public relations* yang terdapat pada aktivitas perusahaan sehari-hari. Salah satunya yang menjadi fokus pembelajaran melalui praktik kerja magang yakni lobi dan negosiasi. Penulis melamar sebagai *corporate communication officer*.

Peran penulis dalam praktik kerja magang di PT Microsis adalah mempelajari budaya organisasi perusahaan dan filosofi perusahaan untuk di terapkan pada saat melakukan pertemuan baik itu dengan *customer*, *supplier*, mitra perusahaan, dll. Selain itu, penulis juga dituntut untuk menerapkan praktik ilmu *public relations* terutama dalam melakukan lobi dan negosiasi dan dalam *customer relationship management*. Melalui hal tersebut, penulis dituntut juga untuk beradaptasi terhadap bisnis proses yang melibatkan seluruh aktivitas kegiatan *public relations* yang terkait. Secara gambaran umum, lobi dan negosiasi adalah upaya pendekatan yang dilakukan dengan tujuan menemukan mengatasi masalah dan menemukan solusi yang menguntungkan untuk kedua belah pihak.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan kerja magang di PT Microsis adalah sebagai berikut:

1. Mempelajari bagaimana melakukan pendekatan, lobi, dan negosiasi dalam menjaga hubungan dengan *Customer*.
2. Mempelajari dan mempraktikkan ilmu *public relations* di bidang IT solution dengan melakukan lobi dan negosiasi.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang dilakukan atau dilaksanakan selama 60 hari dalam 3 bulan sebagai *corporate communication/customer relationship*

management dengan tanggung jawab melakukan pendekatan, lobi, negosiasi, dan menjaga hubungan *customer* PT Microsis. Periode kerja magang dilakukan penulis pada 1 Agustus 2019 hingga 5 November 2019, dengan waktu kerja pukul 08.30 – pukul 17.30, dari Senin – Jumat dengan total kerja 9 jam per hari.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Sebelum melakukan pengajuan lamaran kepada beberapa perusahaan untuk program kerja magang, penulis wajib mengikuti pembekalan kerja magang yang dilakukan di Universitas Multimedia Nusantara. Dalam pembekalan kerja magang tersebut, penulis diberikan pengarahan dan prosedur yang harus dilakukan untuk pelaksanaan kerja magang.
2. Penulis harus mengisi formulir pengajuan kerja magang (KM-01) sebagai syarat untuk mendapatkan formulir berikutnya dan syarat untuk pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang yang akan diberikan untuk perusahaan yang dituju dengan ditandatangani oleh Ketua Program Studi sebagai bukti sah bahwa perusahaan yang dituju sudah disetujui.
3. Jika KM-01 sudah disetujui maka 2 hari setelahnya penulis akan mendapatkan KM-02 yakni Surat Pengantar Kerja Magang yang akan diberikan untuk perusahaan yang akan diberikan kepada perusahaan tempat penulis diterima kerja magang, yakni di PT Microsis.
4. Setelah KM-02 diberikan, penulis meminta surat keterangan diterima magang oleh PT Microsis untuk memperoleh kartu kerja magang (KM-03), formulir kehadiran kerja magang (KM-04), formulir laporan realisasi kerja magang (KM-05), formulir hasil penilaian praktik kerja magang (KM-06), formulir tanda terima penyerahan laporan kerja magang (KM-07).

5. Setelah periode kerja magang selesai, penulis akan mulai menyusun laporan kerja magang. Penyusunan laporan kerja magang akan dibimbing oleh dosen pembimbing yang sudah ditentukan. Laporan kerja magang yang sudah rampung akan dipresentasikan dalam sidang magang