

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi COVID-19 yang sudah berlangsung selama lebih dari 6 bulan di Indonesia memberikan dampak yang besar bagi tatanan kehidupan masyarakat. Berbagai kebijakan baru diterapkan guna memutus rantai penyebaran COVID-19, namun kebijakan ini juga berdampak cukup besar pada aktivitas perekonomian Indonesia. Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS) di Bulan Agustus, pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II 2020 turun pada minus 5,32 persen akibat menurunnya dan terhentinya aktivitas perekonomian. Hal ini mendorong berbagai sektor usaha perekonomian untuk mengubah strategi dan mengkaji kembali kegiatan komunikasi organisasi atau perusahaannya agar tetap bertahan dan beradaptasi dengan kebiasaan baru.

PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk atau perusahaan pembiayaan yang lebih dikenal dengan nama Adira Finance, merupakan salah satu perusahaan yang sedang bertahan dan berjuang di masa pandemi COVID-19 ini.

Gambar 1.1 Grafik Perbandingan Penjualan Adira Finance Pada Tahun 2019 dan 2020. Nb = Nilai dalam satuan miliar.



Sumber : Data Olahan Laporan, 2020 (Laporan Keuangan Adira Finance).

Selama masa pandemi, PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk mengalami penurunan penjualan dan perolehan laba bersih sebesar Rp 597,04 miliar pada semester I-2020 ini. Berdasarkan catatan tahun lalu, laba bersih ini turun 37,08% dari Rp 948,93 miliar. Selain itu, restrukturisasi pembiayaan atas kebijakan pemerintah juga membuat Adira Finance mengalami kerugian sebesar Rp 298 miliar. Mengingat adanya kebijakan PSBB dari pemerintah selama masa pandemi, tentunya pengolahan strategi baru baru juga harus dilakukan untuk mendukung peningkatan kembali kinerja serta citra dan reputasi Adira Finance di masyarakat selama masa pandemi COVID-19. Selain itu, Adira Finance merupakan salah satu perusahaan pembiayaan terkemuka di Indonesia yang memiliki syarat & ketentuan tertentu bagi nasabah dalam penjualan produknya. Terlebih pada masa pandemi yang memberikan dampak signifikan bagi perekonomian masyarakat, syarat & ketentuan yang harus dijalankan oleh perusahaan pembiayaan seperti memberikan denda, menarik kendaraan yang jatuh tempo dan memberikan denda tambahan bagi nasabah menjadi *boomerang* bagi perusahaan yang mengakibatkan *image* dan reputasi yang kurang baik karena kurang empati terhadap nasabah pada masa pandemi. Oleh karena itu, Adira Finance perlu menyusun strategi untuk mengkomunikasikan bahwa meskipun di masa pandemi dalam setiap aktivitasnya, perusahaan selalu memberi dukungan dan juga berjuang untuk bangkit bersama nasabahnya.

Dalam perubahan strategi ini, tentunya komunikasi menjadi salah satu hal yang tidak bisa dipisahkan dalam keberlangsungan tatanan suatu organisasi atau perusahaan. Komunikasi menjadi kunci sukses bagi perusahaan untuk mewujudkan tujuannya melalui pesan dan kegiatan yang akan dikemas dan disampaikan kepada *stakeholdernya*. Dalam hal ini, peran *Public Relations* melalui kegiatan komunikasi eksternal sangat penting karena menjadi penghubung dan sumber informasi antara perusahaan dengan publik eksternalnya. Cornelissen (2011) menyebutkan bahwa *Public Relations* merupakan fungsi perusahaan pendahulu, dan seiring berkembangnya zaman dan kebutuhan muncullah *corporate communication* yang memiliki cakupan fungsi lebih luas. *Corporate*

communication memiliki fungsi untuk melakukan kinerja komunikasi baik internal dan eksternal guna membangun dan mempertahankan reputasi yang baik di mata *stakeholder* suatu organisasi atau perusahaan. Melalui fungsi *corporate communication* inilah Adira Finance berupaya untuk kembali mempertahankan citra di masa pandemi dan membangkitkan trend penjualan melalui citra yang ditunjukkan. Menurut Yuningsih (2005, p.316) citra baik suatu perusahaan atau organisasi merupakan aset, karena memberikan dampak pada efektivitas komunikasi dan operasional organisasi atau perusahaan dalam berbagai segi. *Corporate Communication* Adira Finance memiliki fungsi yang berfokus pada komunikasi timbal balik dengan publik (internal dan eksternal), menjaga citra dan reputasi perusahaan, mengawasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) maupun mencegah krisis yang mungkin terjadi. Adira Finance membagi *corporate communication* menjadi dua subtim yakni *internal communication* dan *external communication*. Menurut Brennan (Effendy 2009:122) komunikasi internal adalah pertukaran gagasan administrator dan pegawai dalam suatu organisasi atau instansi yang menyebabkan terwujudnya organisasi tersebut lengkap dengan strukturnya yang khas dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal dalam suatu organisasi yang menyebabkan pekerjaan berlangsung (operasi manajemen). Dalam komunikasi internal di Adira Finance berfokus pada membangun dan menjalin komunikasi dengan Gardira (karyawan Adira) agar tercipta budaya dan iklim perusahaan yang sesuai dengan visi misi perusahaan. Sedangkan *External Communication* dari Adira Finance lebih berfokus pada menjalin hubungan baik dengan pihak media, komunitas dan juga publik eksternal lainnya melalui kegiatan-kegiatan tertentu agar dapat menyampaikan komunikasi dua arah dari perusahaan kepada publik eksternalnya. Dalam hal ini *External Communication* juga dituntut untuk adaptasi dengan kebiasaan baru dengan memanfaatkan perkembangan teknologi untuk dapat menciptakan komunikasi dan aktivitas secara virtual dalam membangun hubungan dengan eksternal.

Berdasarkan kasus di atas, tim *Corporate Communication* PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk khususnya pada tim *External Communication* yang

merupakan *Public Relations* dari Adira Finance menjadi divisi yang berfokus untuk mengimplementasikan strategi komunikasi tersebut kepada publik eksternal Adira. Oleh karena itu, pelaksanaan kerja magang di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk dipilih karena ingin mengetahui bagaimana *corporate communication* khususnya tim *external communication* melaksanakan aktivitas komunikasi dengan publik eksternal untuk mempertahankan citra dan reputasi di masyarakat selama pandemi COVID-19. Untuk lebih jelas membahas dan mengetahui *external communication* PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk, diambil judul “**Aktivitas *External Communication* PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk**” sebagai bahan pembuatan laporan kerja magang.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Selain pemaparan di atas, setelah mendapatkan pembelajaran terkait Ilmu Komunikasi khususnya Komunikasi Strategis baik secara teori maupun implementasi praktik dalam bentuk penugasan dari Universitas selama masa perkuliahan. Melalui kerja magang ini, diharapkan dapat mengimplementasikan pembelajaran yang telah diperoleh dalam dunia kerja. Tujuan dari kerja magang ini adalah :

1. Mengimplementasikan pengetahuan teoritis tentang *Corporate Communication* khususnya pada tim *External Communication* di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk.
2. Mengetahui aktivitas dan ikut terlibat dalam kegiatan *External Communication* di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk.
3. Memberikan pelatihan, pengalaman dan meningkatkan *soft skill*

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk dimulai sejak 14 Agustus - 12 Desember 2020. Dikarenakan masa pandemi COVID-19 dan juga pemberlakuan PSBB di wilayah Jakarta, pelaksanaan kerja

magang 50% WFH (*Work From Home*) dan 50% WFO (*Work From Office*) dengan pembagian jam kerja yang telah disepakati pukul 08.30 - 17.30 WIB dengan hari kerja Senin - Jumat.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang terbagi menjadi beberapa tahapan, diantaranya :

1. Mempersiapkan pengajuan kerja magang yakni *Curriculum Vitae* (CV) dan *cover letter* kemudian mengirimkan ke beberapa perusahaan salah satunya PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk yang dikirimkan kepada salah satu tim *recruiter* melalui email student pada tanggal 6 Juli 2020.
2. Menerima jawaban dari Adira Finance melalui via telepon pada 8 Juli 2020 dan diundang untuk lanjut tahap *interview* pada 9 Juli 2020.
3. Pada 10 Juli 2020 menerima jawaban akhir untuk bisa melaksanakan kerja magang di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk dan diminta mulai bekerja pada 13 Juli 2020.
4. Mengajukan KM 01 dengan mengisi google form yang disediakan oleh prodi pada 11 Agustus 2020 sebagai prosedur kampus Universitas Multimedia Nusantara untuk dapat kerja magang di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk.
5. Mendapat persetujuan dari Kaprodi dan mendapat KM 02, pada 13 Agustus 2020.
6. Mendapat surat penerimaan secara resmi dari PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk.
7. Disusul dengan mendapatkan form KM 03 dengan mengunduh secara individu yang berisi kartu kerja magang untuk data universitas.
8. Mendapatkan form KM 04 dengan mengunduh secara individu, yang berisi absensi atau daftar hadir kerja magang.

9. Mendapatkan form KM 05 dengan mengunduh secara individu, yang berisi rekap mingguan terkait uraian kegiatan kerja magang, untuk melaporkan pekerjaan apa saja yang sudah dilakukan.
10. Mendapatkan form KM 06 dengan mengunduh secara individu, yang berisi daftar nilai individu dari universitas yang ditujukan langsung dan akan diisi oleh supervisor departemen *External Communication* PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk.
11. Mendapatkan KM 07 dengan mengunduh secara individu, yang berisi lembar verifikasi laporan kerja magang yang telah dibuat oleh mahasiswa.