

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Istilah komunikasi mengacu pada proses menyampaikan pernyataan dari satu orang ke orang lain. Jadi, dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia. Oleh karena itu, orang berpartisipasi dalam proses pertukaran pesan atau komunikasi. Mengacu kepada konsep komunikasi interpersonal menurut (Brent & Stewart, 2013, p. 16) mengenai komunikasi manusia yaitu:

*Human communication is the process through which individuals –in relationships, group, organizations and societies— respond to and create messages to adapt to the environment and one another.*

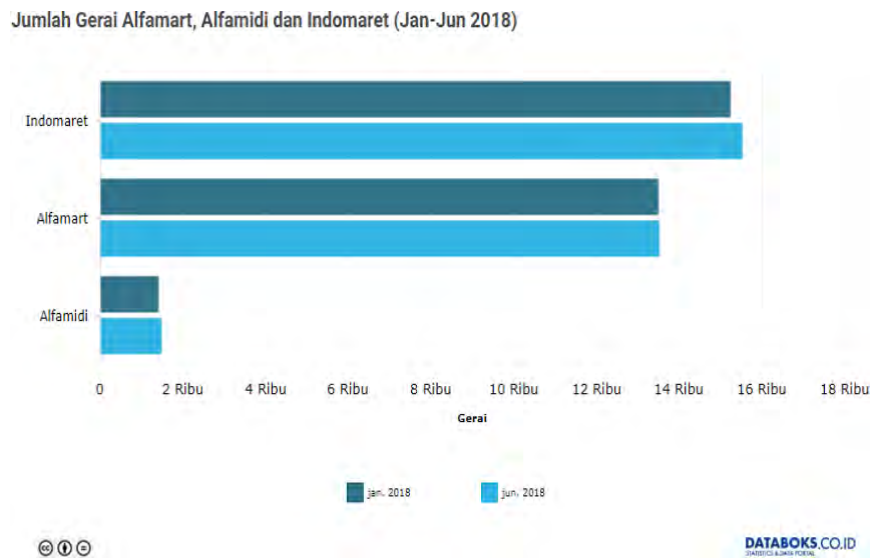
Menurut Effendy (2002, p. 23) Komunikasi yang baik akan berpengaruh terhadap keharmonisan antara hubungan organisasi dan masyarakat. Ketika terjadi interaksi yang harmonis antara organisasi dan masyarakat, maka citra positif akan terbentuk. Untuk mendukung aktivitas *Public Relations*, organisasi atau perusahaan membutuhkan komunikasi dua arah. Praktisi *Public Relations* harus mampu membuat orang lain memahami pesan yang disampaikan guna menjalin hubungan simbiosis mutualisme antara kedua pihak. Menurut Mukarom (2015, p. 25) Oleh karena kesan masyarakat yang positif terhadap organisasi, membuat pemberitaan oleh *Public Relations* kepada publik memiliki respon yang positif juga. sehingga publik dapat leluasa mengungkapkan apa yang menjadi keinginan dan harapan mereka. Seorang *Public Relations* juga harus terus mengevaluasi agar setiap opini publik yang muncul dapat terkontrol dengan baik. Maka, kegiatan *Public Relations* merupakan kegiatan yang memandu organisasi atau perusahaan untuk mendapatkan pengakuan publik. Menurut Effendy (2002, p. 24) *Public Relations* juga berusaha membentuk opini publik yang menguntungkan organisasi, sehingga membentuk citra positif.

Kesadaran akan pentingnya keberadaan *Public Relations* juga dirasakan oleh PT Indomarco Prismatama. Perusahaan ini merupakan perusahaan retail waralaba pertama dan terbesar di Indonesia. Perusahaan retail merupakan perusahaan yang menjual barang secara eceran pada berbagai tipe gerai. Perusahaan yang memiliki gerai tersebar di seluruh Indonesia ini telah membentuk Divisi *Public Relations* sejak tahun 2000. Sebagai perusahaan terbesar dan *pioneer* di bidangnya, PT Indomarco Prismatama sangat memerlukan *Public Relations* dalam menjalankan seluruh komunikasi perusahaan dengan publik, baik secara internal maupun eksternal. Perusahaan memerlukan *Public Relations* untuk mengantisipasi dan mengelola berita atau isu negatif tentang perusahaan sehingga dapat menjaga citra perusahaan.

Indomaret termasuk sebagai perusahaan retail minimarket karena menjual produk kebutuhan sehari-hari di toko yang sudah tersebar di seluruh Indonesia. Di Indonesia, perusahaan retail minimarket yang sangat mencolok persaingannya, yaitu persaingan antara Indomaret dengan Alfamart. Hal ini terjadi karena jumlah gerai yang dimiliki keduanya memiliki jumlah yang beda tipis. Selain itu, letak gerai yang berdekatan menjadi salah satu faktor mencoloknya persaingan antara dua perusahaan retail minimarket tersebut.

Berikut data perkembangan jumlah gerai antara Indomaret dan para kompetitornya di seluruh wilayah Indonesia :

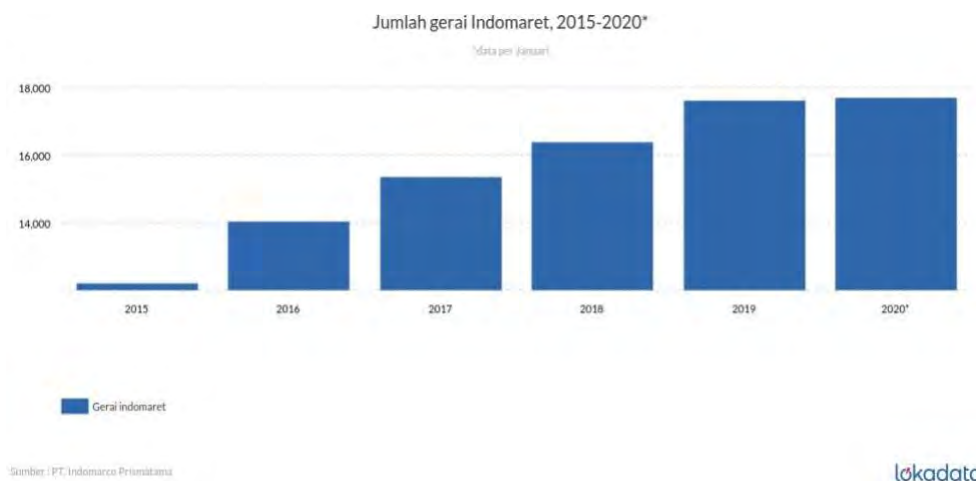
**Gambar 1.1 Perbandingan Pertumbuhan Gerai Alfamart dan Indomaret**



Sumber: (databoks.katadata, 2018)

Berikut data perkembangan jumlah pertumbuhan gerai Indomaret di seluruh wilayah Indonesia.

**Gambar 1.2 Tabel Peningkatan Jumlah Gerai Indomaret**



Sumber: (lokadata, 2020)

Berdasarkan bagan di atas perkembangan Indomaret semakin pesat setiap tahunnya dan mencapai 18.300 toko pada tahun 2021 ini. Tak hanya perkembangan yang pesat, Indomaret juga menerima berbagai penghargaan dan pencapaian. Kesuksesan Indomaret ini tidak lepas dari peranan dan usaha yang dilakukan oleh Divisi *Public Relations*.

Menurut Mukarom (2015, p. 27) Fungsi humas melekat pada organisasi atau manajemen perusahaan. Artinya, bagaimana humas mengatur komunikasi dua arah antara organisasi atau lembaga yang diwakilinya dan publik, peran ini juga menentukan keberhasilan misi, visi dan tujuan perusahaan atau organisasi tersebut.

Peserta kerja magang memiliki beberapa alasan memilih PT Indomarco Prismatama sebagai tempat melakukan kerja magang, yaitu pertama, berdasarkan pengalaman peserta kerja magang, PT Indomarco Prismatama merupakan perusahaan minimarket yang aktivitas *Public Relations*-nya memiliki tanggung jawab yang tinggi, cepat tanggap dan responsive terhadap segala keluhan yang diterima melalui media apapun.

Kedua, PT Indomarco Prismatama merupakan perusahaan minimarket *pioneer* terbesar di Indonesia yang memiliki perkembangan sangat pesat dan mampu mempertahankan eksistensinya. Perusahaan ini juga banyak sekali

melakukan berbagai macam kegiatan yang membuat peserta kerja magang ingin mengetahui apa saja kegiatan yang dilakukan divisi *Public Relations* dari PT Indomarco Prismatama.

Ketiga PT Indomarco Prismatama merupakan salah satu industri retail yang mampu berinovasi dengan menyesuaikan kondisi serta situasi yang sedang dihadapi dengan menyediakan beberapa produk terbaru dan layanan terbaru yang memudahkan para konsumennya.

Ketiga hal itulah yang menjadi pertimbangan peserta magang untuk melakukan praktik kerja magang di PT Indomarco Prisma ketimbang melakukan praktik kerja magang pada kompetitornya.

Didasari rasa ingin belajar mengenai *Public Relations* dan industri retail yang tinggi menjadikan alasan mengapa memilih PT Indomarco Prismatama sebagai tempat untuk melakukan praktek kerja magang. PT Indomarco Prismatama merupakan perusahaan yang bergerak di bidang retail minimarket pertama dan terbesar di Indonesia yang memiliki perkembangan sangat pesat dan mampu mempertahankan eksistensinya. Perusahaan ini juga banyak sekali melakukan berbagai macam kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations*. Berbagai kegiatan yang dilakukan antara lain seperti *media monitoring*, *press conference* dan *media relations*.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Magang menjadi salah satu syarat kelulusan guna meraih Sarjana Ilmu Komunikasi. Tujuan kerja magang yang dilakukan di PT Indomarco Prismatama adalah sebagai berikut.

1. Mempelajari sistem kerja *Public Relations* pada PT Indomarco Prismatama
2. Mempelajari dan mempraktikkan segala bentuk aktivitas *Public Relations* yang dilakukan untuk menjaga citra dan eksistensi dari PT Indomarco Prismatama

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Praktik Kerja Magang**

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Peserta kerja magang wajib melaksanakan kerja magang berdasarkan regulasi yang diterapkan oleh PT Indomarco Prismatama bagi seluruh karyawan dengan waktu operasional sebagai berikut.

Hari Kerja: Senin – Jumat

Jam Kerja: 08.00-17.00 dan 08.00-17.30 (khusus hari Jumat)

Periode waktu praktik kerja magang yang ditentukan selama 60 hari kerja dalam tiga bulan. Terhitung sejak penerimaan pada tanggal 3 Agustus 2020 sampai 16 November 2020.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Berikut prosedur pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan:

1. Mengikuti *briefing* magang yang diselenggarakan pihak prodi *Strategic Communication* UMN.
2. Mengunduh dan membaca panduan magang yang terdapat dalam situs [fikom.umn.ac.id](http://fikom.umn.ac.id)
3. Mengisi *curriculum vitae (CV)* & resume secara *online* di *website* PT Indomarco Prismatama.
4. Memenuhi panggilan wawancara dan *briefing* dari HRD PT Indomarco Prismatama pada tanggal 28 Juli 2020 dan diterima sebagai peserta kerja magang di PT.Indomarco Prismatama serta mendapatkan surat keterangan kerja.
5. Mulai melakukan praktik kerja magang pada tanggal 3 Agustus 2020 sebagai *Public Relations intern* di PT Indomarco Prismatama selama 60 hari kerja.
6. Melakukan pengisian KRS dan mengambil mata kuliah "*Internship*" pada tanggal 11-12 Agustus 2020
7. Mengajukan KM-01 kepada prodi dan mendapat persetujuan.
8. Menyerahkan surat KM-02 kepada HRD PT Indomarco Prismatama dan *Usher* pada tanggal 14 Agustus 2020.
9. Mengunduh *form* KM-03 hingga KM-07 secara *online* melalui [my.umn](http://my.umn)

10. Menyusun laporan magang dan melakukan bimbingan magang yang dipandu oleh dosen pembimbing, mengisi formulir pendaftaran sidang magang pada [my.umn.ac.id](http://my.umn.ac.id), serta mempertanggungjawabkan laporan pada sidang magang.