



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

Public Relations dalam sebuah perusahaan memiliki peran yang penting dalam berbagai sektor industri. *Public Relation* dibutuhkan oleh perusahaan sebagai penghubung dan penyalur pesan komunikasi yang efektif dan tepat sasaran sesuai dengan yang perusahaan inginkan kepada *stakeholders* atau masyarakat luas. *Public Relations* bertujuan agar dapat terciptanya sebuah pengertian yang baik mengenai visi dan misi perusahaan kepada publik (Kencanawaty & Putri, 2019, p.128). *Public Relations* juga berperan sebagai *gatekeeper* guna mencegah terjadinya krisis yang muncul sehingga dapat mempertahankan citra positif perusahaan.

Konsultan *Public Relations* menjadi salah satu pilihan bagi perusahaan untuk membantu mereka dalam melaksanakan kegiatan PR dikarenakan tidak semua perusahaan memiliki divisi *Public Relations* tersendiri (Vusparatih, 2013). Konsultan PR merupakan sebuah penyedia jasa teknis dan kreatif oleh sekelompok orang yang mempunyai keahlian di bidangnya berdasarkan latihan dan pengalaman, sehingga dalam menjalankan fungsinya, seorang konsultan PR memiliki sebuah identitas perusahaan yang sah menurut hukum (Jefkins, 2014). Konsultan PR diperlukan untuk meningkatkan hubungan dan reputasi dari sebuah perusahaan atau organisasi terhadap publik (Priandono, 2014).

Seorang praktisi PR yang baik dapat mengupayakan agar informasi yang ingin disampaikan oleh perusahaan dapat tersampaikan dengan baik oleh perusahaan kepada masyarakat dan menghasilkan pengetahuan dan pemahaman yang layak dan penting untuk diketahui oleh masyarakat, sehingga dapat menciptakan sebuah reputasi yang baik oleh masyarakat (Jefkins, 2016, p. 3)

Menjadi seorang praktisi PR harus mempunyai kemampuan yang baik dalam berkomunikasi karena diharapkan mampu menjalankan tugas yaitu memperoleh kepercayaan dan dukungan dari publik (*public support & public*

understanding). Selain memiliki kemampuan komunikasi yang baik, ada 5 keahlian mendasar yang perlu dimiliki oleh seorang praktisi PR yaitu, komunikasi yang baik, manajemen krisis, manajemen media sosial, riset (media monitoring), dan menulis.

Selain dari itu, PR memiliki beberapa alat yang dapat digunakan untuk membantu pekerjaan-pekerjaannya (Page & Parnell, 2019, p. 68), yaitu menjalin hubungan dengan media, melakukan riset dan perencanaan strategis, dan keterampilan menggunakan media sosial.

Perkembangan teknologi digital telah mendisrupsi berbagai aspek kehidupan manusia, tak terkecuali dalam aktivitas *public relation*. Hadirnya media digital dan media sosial dapat menjadi sebuah sarana yang efektif dalam aktivitas PR. Adanya perkembangan teknologi media digital pun memberikan sebuah tantangan tersendiri bagi pelaku PR. (Aribowo & Wirapraja, 2018, p. 52) menjelaskan bahwa banyaknya perkembangan yang terjadi di era disruptif dengan adanya kemajuan teknologi yang pesat menyebabkan adanya perubahan inovasi yang sangat cepat di pasar dan terjadinya persaingan yang ketat. Munculnya revolusi Industri 4.0 yang ditandai dengan munculnya kecerdasan buatan (*artificial intelligent*), pembelajaran melalui mesin, dan teknologi robotika menjadi sebuah tanda kemajuan teknologi yang sangat pesat. Sehingga diperlukannya kolaborasi antar manusia dan mesin agar adanya keterbukaan data, interkoneksi di era industri 4.0.

Sebagai seorang PR harus mampu menghadapi era industri 4.0 seperti sekarang ditambah dengan adanya *New Normal* yang mengharuskan praktisi PR untuk dapat memanfaatkan era digital dengan sebaik mungkin. Pada era PR 4.0 ini perkembangan yang terjadi sudah sangat pesat. Para praktisi PR dihadapkan dengan sesuatu yang baru lagi. Adanya *Big Data* dan *artificial intelligent (AI)* menyebabkan peran dari PR sendiri perlu beradaptasi dan bersaing dengan adanya robot yang sudah mampu mencari informasi apapun dalam waktu cepat dan menuliskan artikel.

Sehingga, praktisi PR harus dapat mengoperasikan gawai dan aplikasi-aplikasi yang dapat menyederhanakan proses pelaksanaan tugas mereka. Sistem

informasi adalah perpaduan dari informasi, teknologi, orang, dan prosedur kerja yang saling bergabung jadi satu dan berguna dalam meraih tujuan dari organisasi tertentu (Mulyanto, 2009). Selain dapat memanfaatkan teknologi dengan baik, praktisi PR juga patut mampu memahami prosedur atau peraturan kerja yang menjadi pedoman penggunaan teknologi sehingga antar staf dapat saling berhubungan dengan baik bersama atasan atasan, menghasilkan sebuah pola komunikasi yang efektif dan efisien.

Perkembangan teknologi menyebabkan penggunaan internet yang berkembang dan menjadi elemen penting dan memajukan setiap aspek di dunia termasuk praktik PR karena dengan adanya internet menjadi sarana yang membantu terjalinnya hubungan atau kontak yang cepat, langsung, dan konsisten dengan publik. Dengan adanya perkembangan teknologi ini maka munculah istilah *Online PR* yang diartikan sebagai kegiatan PR yang dilakukan dengan bantuan media elektronik internet. Hal ini merupakan sebuah perkembangan karena PR menyadari bahwa perlunya menggunakan sarana media internet karena PR sadar bahwa sekarang ini sangat diperlukan komunikasi langsung dan dua arah kepada seluruh audience.

Dengan adanya internet melahirkan media baru, yaitu media sosial. Terdapat berbagai macam media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, Blog, hingga Youtube yang dapat digunakan untuk publikasi maupun menyampaikan pesan perusahaan. Media Sosial mampu menjadi salah satu saluran yang baik untuk menjalankan aktivitas *Online PR*. Media sosial membuat peran membaca dan menyebarkan informasi sekaligus (*multitasking*), yaitu menciptakan dan berbagi konten (Page & Parnell, 2019). Media sosial yang digunakan oleh Imogen PR salah satunya adalah LinkedIn.

Praktisi PR perlu melakukan adaptasi atau penyesuaian diri terhadap perkembangan yang ada agar dapat terus bertahan terutama dalam kondisi *New Normal* yang merupakan sebuah istilah baru muncul dari adanya pandemi Covid-19 guna menjadi pedoman penangkalan dan penanggulangan Covid-19 di tempat kerja (Rosidi & Nurcahyo, 2020). *New Normal* dilakukan guna mencegah dan menekan terjadinya persebaran virus agar produktivitas selama

di tengah pandemi tetap terjaga (Pustanra, 2020). (Suryanto, 2020) mengatakan bahwa dengan adanya kondisi *New Normal* menimbulkan sebuah kebiasaan baru oleh karena itu diperlukan adaptasi. Praktisi PR harus mampu mengadopsi atau menggunakan teknologi digital dalam kegiatan sehari-hari untuk menyampaikan informasi yang tepat dan mutakhir.

Bekerja di *Public Relations* Agenasi, dapat menjadi awal bagi seorang praktisi PR dapat berkenalan dengan berbagai sektor industri, mulai dari industri kecantikan, keuangan, cat, *supermarket*, jasa untuk mengantar barang, dan berbagai macam lainnya yang akan menambah wawasan dan aktivitas PR nya itu sendiri. Tidak diragukan jika pekerjaan sebagai praktisi PR dapat mengeksplorasi berbagai macam dunia industri yang berbeda.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan dalam melakukan praktik kerja magang di Imogen Public Relation sebagai sarana belajar adalah sebagai berikut:

- a) Untuk meningkatkan dan memperkuat relasi atau jaringan di dalam dunia kerja, yang menurut merupakan salah satu aspek penting dalam dunia kerja.
- b) Untuk menambah dan mengembangkan *skill* dalam pekerjaan Public Relation.
- c) Untuk menambah pengetahuan mengenai cara kerja Public Relation dalam menangani klien yang berasal dari berbagai macam industri yang berbeda.
- d) Untuk mengetahui aktivitas dari Public Relation di Imogen PR.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang di Imogen PR dilakukan selama periode 3 bulan, terhitung mulai dari 20 September – 20 Desember 2021. Waktu kerja yang dilakukan, yaitu setiap Senin s/d. Jumat mulai pukul 09.00-17.00 WIB. Pelaksanaan praktik kerja magang di bulan September-Desember dilaksanakan dengan sistem *Work From Home* (WFH).

Berikut merupakan prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh peserta magang di Imogen PR:

1. Peserta magang mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) kepada koordinator acara APPRIentice batch 2.
2. Peserta magang mendapatkan informasi penerimaan oleh pihak APPRIentice dan ditempatkan di perusahaan Imogen PR.
3. Peserta magang menjalani *workshop* yang diadakan selama 5 hari berturut-turut guna membimbing peserta magang selama melakukan kegiatan kerja magang.
4. Peserta magang mengajukan permohonan praktik kerja magang melalui formulir pengajuan kerja magang (KM-01) untuk mendapatkan surat pengantar kerja magang (KM-02) dan diserahkan ke pihak perusahaan (Imogen PR)
5. Mengisi KM-03 dilengkapi dengan tanda tangan pembimbing lapangan
6. Melaksanakan praktik kerja magang sambil mengisi KM-04 dan KM-05 sesuai dengan persetujuan perusahaan (Imogen PR)
7. Menyusun laporan kerja magang dibantu oleh dosen pembimbing magang, direalisasikan dalam KM-07.
8. Melaksanakan sidang kerja magang.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA