

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Sopian (2016, p. 1) menjelaskan bahwa *Public Relations* merupakan salah satu faktor penting untuk menunjang manajemen untuk mencapai tujuan organisasi. Ruang lingkup dari *Public Relations* tentu tidak hanya terbatas dalam memperhatikan hubungan yang terjalin dalam internal perusahaan, *Public Relations* juga dibutuhkan untuk membina hubungan yang baik dengan publik eksternal perusahaan. Roland D Smith (2013, p. 3) menjelaskan bahwa *Public Relations* adalah sebuah proses komunikasi strategis untuk membentuk hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publik.

Tidak bisa dihindari bahwa perusahaan memerlukan *Public Relations* untuk menjaga komunikasi dan hubungan perusahaan baik internal maupun eksternal. Mengutip [annualreport.id](http://annualreport.id) (Admin, 2017), banyak perusahaan yang memiliki halangan untuk mengembangkan departemen *Public Relations* sendiri, yaitu karena adanya keterbatasan biaya ataupun pertimbangan efektifitas. Oleh karena itu, muncul keinginan perusahaan untuk menyewa Konsultan *Public Relations* untuk mendukung kinerja perusahaan lebih maksimal. Siti Aisyah (2020) menjelaskan bahwa keberadaan Konsultan *Public Relations* berlawanan dengan Konsultan periklanan. Kegiatannya adalah mempromosikan perusahaan, produk, *brand*, ataupun individu

menggunakan adanya editorial yang dilakukan secara gratis melalui surat kabar, media *online*, majalah, atau program televisi. Dalam praktiknya, Konsultan *Public Relations* tidak membeli iklan di media dan tidak memasang iklan pada papan iklan.

Dwi & Siti (2020, p. 815) memaparkan bahwa keberadaan Konsultan *Public Relations* pada era digitalisasi saat ini adalah untuk menjalin hubungan yang baik dengan media. Fadillah (2020, p. 549) juga menambahkan bahwa keberadaan Konsultan *Public Relations* ini memiliki beberapa peran seperti memberikan informasi terkait aktivitas perusahaan yang menjadi kliennya, memastikan kerja sama aktif dalam program yang diselenggarakan oleh kliennya, memfasilitasi hubungan antara media dengan organisasi, menjadi saluran untuk pertanyaan media, dan mengadakan atau memfasilitasi kampanye untuk mendukung program organisasi. Dina (2013, p. 292) menjelaskan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Konsultan *Public Relations* bersifat konsultatif. Dimana pelayanan dari sebuah Konsultan *Public Relations* lebih bersifat memberikan saran kepada sebuah perusahaan, yang nantinya dapat diaplikasikan oleh perusahaan sesuai dengan pertimbangan tertentu.

Sifat dari Konsultan *Public Relations* yang konsultatif ini sering terlupakan. Konsultan *Public Relations* sering didefinisikan sebagai kumpulan individu yang mumpuni dalam bidang komunikasi dan perusahaan cenderung menaruh kepercayaan mereka sepenuhnya kepada Konsultan *Public Relations*.

Sehingga, perusahaan akan berusaha memilih Konsultan *Public Relations* yang dianggap paling baik. Keberadaan Konsultan *Public Relations* di Indonesia juga semakin beragam. Indonesia memiliki berbagai *Konsultan Public Relations*, baik lokal maupun internasional. Salah satu *Konsultan Public Relations* yang terdapat di Indonesia adalah GOLIN. Pada kesempatan ini, penulis melakukan praktik kerja magang di GOLIN selama kurang lebih tiga bulan.

GOLIN merupakan salah satu *Konsultan Public Relations* yang memiliki cabang di Jakarta, Indonesia. GOLIN merupakan *Konsultan Public Relations* yang berasal dari Chicago, Illinois, Amerika Serikat. Melalui tagline “Go All In”, GOLIN didirikan pada tahun 1956 oleh Al Golin di Chicago. Selama perkembangannya, GOLIN mulai melakukan ekspansi pada tahun 2000-an ketika telah bergabung dengan Interpublic Group of Companies (IPG). Interpublic Group of Companies (IPG) merupakan salah satu dari empat perusahaan periklanan terbesar di dunia yang berdiri pada tahun 1930 di New York. IPG memiliki beberapa bidang spesialis periklanan, *digital marketing*, media dan *public relations, communications planning*, dan *specialty marketing* (About GOLIN, 2021).

IPG mulai melakukan ekspansi dimana GOLIN turut menjadi ‘saudara perusahaan’ dari Weber Shandwick. Ekspansi dari GOLIN mulai dilakukan di wilayah Asia seperti Singapura, Taiwan, India, Indonesia, Korea Selatan,

Malaysia, dan Thailand. Selain itu GOLIN juga melakukan ekspansi di wilayah Amerika Selatan seperti Brazil dan Argentina. Pada tahun 2021 ini, GOLIN berhasil meraih penghargaan sebagai “Global Agency of The Year” selama tiga tahun berturut-turut dari PRWeek. PRWeek merupakan salah satu sumber pemberitaan industri *Public Relations* internasional terbesar yang berpusat di Inggris. PRWeek senantiasa memberikan berita perkembangan industri *Public Relations* dan salah satunya adalah pemberian penghargaan kepada agensi dengan kategori tertentu (PR Week Team, 2021).

Pada kesempatan ini, penulis berkesempatan untuk melakukan kerja praktik magang di sebuah Konsultan *Public Relations* yaitu GOLIN untuk mengasah kemampuan, memperdalam pengalaman, dan belajar mengenai praktik dari *Public Relations* secara mendalam. Kerja praktik magang yang dilakukan penulis berlangsung selama kurun waktu tiga bulan. GOLIN menyediakan kesempatan kepada mahasiswa yang menduduki semester akhir untuk melakukan kerja magang dan mendapatkan pengalaman langsung mengenai lingkup kerja dari sebuah Konsultan *Public Relations*. Sebagai seorang *intern*, mahasiswa dapat melakukan praktik sebagai seorang *Public Relations* melalui beberapa *job descriptions* seperti melakukan *media monitoring*, memperbaharui *client administration*, memperbaharui *media database*, dan juga melakukan pekerjaan lainnya yang berhubungan dengan lingkup *Public Relations*

## **1.2. Tujuan Kerja Magang**

Tujuan dari kegiatan praktik magang yang dilakukan penulis adalah untuk memenuhi persyaratan mata kuliah wajib yaitu *Internship* sebesar 4 SKS (Satuan Kredit Semester). Selain itu, tujuan penulis melakukan praktik kerja magang ini adalah untuk memperdalam pengalaman di bidang *Public Relations* dan juga mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan di masa perkuliahan di lingkungan kerja.

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

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

Penulis melakukan praktik kerja magang selama kurang lebih tiga bulan atau kurang lebih 60 hari kerja, terhitung sejak tanggal 30 Agustus 2021 hingga 30 November 2021. Penulis melaksanakan kerja magang sesuai dengan jam kerja di GOLIN Jakarta yaitu setiap hari Senin hingga Jumat dan dimulai dari pukul 07.00 WIB hingga 17.00 WIB.

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

Prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Penulis menghadiri pembekalan kerja magang yang diadakan oleh Universitas Multimedia Nusantara, yang merupakan tempat penulis menempuh studi. Pembekalan kerja magang dilakukan untuk memberikan pengarahan mengenai hal-hal yang perlu dipersiapkan

- sebelum memulai kerja magang.
- b. Penulis mempersiapkan Curriculum Vitae (CV) yang kemudian dikirimkan ke perusahaan yang membuka lowongan kerja magang. Penulis mengirimkan lamaran melalui surat elektronik (E-mail) kepada Office Manager GOLIN Jakarta. Setelah itu penulis melakukan rangkaian penerimaan kerja magang dan akhirnya mendapatkan informasi bahwa penulis diterima untuk melakukan praktik kerja magang di GOLIN Jakarta.
  - c. Sebelum memulai kerja magang, penulis mengisi formulir KM-01 dari pihak universitas yang dimana merupakan formulir pengajuan kerja magang yang ditujukan kepada Kepala Program Studi Komunikasi Strategis untuk disetujui.
  - d. Setelah disetujui, pihak universitas akan memberikan Surat Pengantar Magang (KM-02) yang ditukarkan dengan surat penerimaan resmi dari perusahaan, dalam hal ini yaitu GOLIN.
  - e. Pihak GOLIN kemudian memberikan Surat Penerimaan Magang kepada penulis yang kemudian dikirimkan kembali kepada pihak universitas, dan penulis memberikan Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02) dari pihak universitas kepada pihak GOLIN.
  - f. Penulis kemudian melakukan praktik kerja magang yang dimulai pada tanggal 30 Agustus 2021.
  - g. Setelah itu penulis kemudian turut melengkapi Kartu Kerja Magang

(KM-03), Formulir Kehadiran Kerja Magang (KM-04), Laporan Realisasi Kerja Magang (KM-05) yang turut dilengkapi dengan tanda tangan pembimbing lapangan dari tempat kerja magang penulis.

- h. Pada tahap akhir pelaksanaan magang, penulis turut menyiapkan Kartu Magang lainnya seperti KM-06 dan KM-07 sebagai syarat dalam penyusunan laporan magang.
- i. Selama praktik kerja magang berlangsung, penulis juga senantiasa melakukan bimbingan magang dengan Dosen Pembimbing Magang dari universitas untuk mendapatkan arahan dalam penyusunan laporan kerja magang yang akan diberikan sebagai realisasi hasil praktik kerja magang yang telah dilakukan di GOLIN Jakarta.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA