



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

Dewasa ini, perusahaan di bidang teknologi berkembang cukup pesat. Hal ini dapat terjadi karena adanya faktor perkembangan era digital dan juga tidak dipungkiri, situasi pandemi covid-19 yang membuat banyaknya kegiatan masyarakat mulai beralih dari bekerja secara *offline* menjadi tatap muka tidak langsung atau daring. Semenjak pandemi covid-19, keperluan masyarakat akan teknologi terutama laptop sangat meningkat hal ini dibuktikan dengan adanya *work from home*, *school from home* dan kegiatan berkumpul lainnya yang dilakukan secara daring melalui *zoom*, *google meet*, dan aplikasi sejenisnya. Dikutip dari Kompas.com bahwa pandemi covid-19 yang terjadi menyebabkan perubahan pola kehidupan masyarakat termasuk kebutuhan terhadap teknologi. *ICT for Development Center*, Daniel Oscar mengatakan bahwa terdapat tiga hal yang akan berubah yaitu *more technology*, *more automation*, dan *less mobility* (Catriana, 2020).

Perubahan situasi dan kondisi ini menyebabkan banyaknya masyarakat yang mulai berlomba-lomba mencari *device* atau alat teknologi seperti laptop, *pc*, *notebook*, *tablet* yang terbaik guna mendukung aktivitas atau kegiatan mereka yang dilakukan

secara daring. Hal tersebut tentu saja membuat perusahaan di bidang teknologi berlomba-lomba untuk mengeluarkan versi terbaik dari produk-produk mereka dan juga mengeluarkan variasi-variasi terbaru, guna menunjang kebutuhan masyarakat akan teknologi yang semakin meningkat, dan juga dengan harapan bahwa *brand* mereka dianggap yang terbaik di pasarnya.

Dikutip dari CNN Indonesia market laptop secara global meningkat sebesar 12,7 persen per tahunnya selama kuartal ketiga 2020. Dan menurut Analisis Canals, pertumbuhan laptop kuartal ketiga pada tahun 2020 mencapai 79,2 juta unit dan dinilai sebagai pertumbuhan yang tertinggi dalam 10 tahun terakhir (Ikhsan, 2021).

Pertumbuhan pesat pada pasar laptop tersebut akhirnya menyebabkan persaingan perusahaan di bidang teknologi kian marak dan juga cukup sengit. Dilansir oleh Kontan, dikatakan bahwa menurut *Head of Public Relations* Asus Indonesia, kompetisi dari penjualan market laptop ini cukup sengit di Indonesia karena tidak hanya persaingan antar *brand* laptop yang sudah ada namun juga mulai bermunculan beberapa pesaing baru dari berbagai *brand* yang juga mulai untuk masuk ke ranah penjualan pasar laptop (Hidayat, 2020).

PT Asus Technology Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang teknologi dan juga menyediakan kebutuhan masyarakat akan barang-barang elektronik seperti laptop, *pc*, *gadget*, *motherboard*, dll. Ditengah masa pandemi ini, PT Asus Technology Indonesia justru mempunyai reputasi yang baik didukung dengan fakta adanya penghargaan yang mereka dapatkan baru-baru ini yaitu penghargaan *Top*

Brand Awards di tahun 2021 yang akhirnya *brand* Asus ini berhasil menjadi salah satu *brand* nomor satu pilihan masyarakat Indonesia dalam market laptop dibandingkan pesaing-pesaingnya.

Gambar 1.1 Survei Top Brand Awards

NOTEBOOK/ LAPTOP/ NETBOOK		
BRAND	TBI 2021	
Asus	27.9%	TOP
Acer	26.0%	TOP
Lenovo	10.8%	TOP
Apple	8.0%	
HP	6.0%	

*** Kategori online dan offline**

sumber: topbrandaward.com/topbrandindex, 2021

Top Brand Awards merupakan sebuah ajang pemberian penghargaan kepada *brand* terbaik di *segment*-nya berdasarkan poling survei yang dilakukan di 15 kota besar di Indonesia, dengan jumlah responden lebih dari 12.000 orang. Survei yang dilakukan untuk mencari tahu *brand* mana yang menjadi pilihan masyarakat Indonesia jika diberikan beberapa pilihan. Dalam hal ini, menurut *survey* yang dilakukan *Top Brand Awards*, Asus berhasil menjadi pilihan favorit masyarakat Indonesia dari *segment* laptop ditahun 2021 dibandingkan dengan pesaingnya yang lain seperti *Acer*, *Lenovo*, *Apple*, dan *HP*. Dengan adanya *Top Brand Awards* tersebut memperlihatkan bahwa Asus sebagai *brand* laptop yang mempunyai *awareness* yang cukup tinggi di mata masyarakat Indonesia dengan reputasi serta citra yang baik dimata publik. Salah

satu hal yang membuat Asus memiliki *brand awareness* yang tinggi adalah relasi perusahaan dengan media yang cukup baik. Hubungan yang baik dengan media tersebut berguna bagi perusahaan agar media bisa membantu perusahaan untuk memuat publikasi terkait produk atau jasa perusahaan sesuai dengan citra yang ingin dibangun perusahaan. Hubungan perusahaan dengan media tersebut dilakukan melalui aktivitas *media relations*.

Media relations merupakan salah satu strategi dari aktivitas *public relations* untuk memperoleh publisitas yang diharapkan perusahaan dengan memanfaatkan hubungan yang baik dengan media. Publisitas juga merupakan elemen yang penting dalam PR karena melalui publisitas, perusahaan bisa mengkomunikasikan produk-produk ataupun jasa dari perusahaan. Publisitas merupakan informasi yang berasal dari sumber luar yang dipakai oleh media massa karena mempunyai nilai berita (Darmasuti, 2012).

Media relations mempunyai peranan yang penting di PT Asus Technology Indonesia, yang secara rutin kerap kali mengadakan kegiatan media *gathering*, *press conference*, dan juga menyebarkan *press release*. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan tersebut, selain untuk membangun hubungan yang baik dengan media namun juga berkaitan dengan fungsi *media relations* sebagai manajemen reputasi. Melalui media, pengaruh yang didapatkan sangatlah besar karena media mempunyai pengaruh terhadap persepsi publik tentang perusahaan, dan citra yang baik dari perusahaan juga mempunyai pengaruh yang besar terutama ditengah sengitnya persaingan antar perusahaan teknologi. Berita yang dibuat oleh media dapat mengangkat ataupun justru menjatuhkan perusahaan karena reputasi ditentukan berdasarkan apa yang media

katakan tentang suatu perusahaan.

Media Relations merupakan salah satu bagian dari *Public Relations*, dan dapat menjadi perangkat yang penting dan efisien apabila kita dapat menyusun pesan yang mempunyai nilai penting oleh media, hal tersebut merupakan Langkah besar dari berhasilnya program yang kita buat (Iriantara, 2005).

Media relations sendiri memiliki fungsi yaitu:

1) Fungsi memberi informasi

Untuk menyampaikan informasi yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau *event* yang terjadi.

2) Fungsi edukasi

Untuk menyampaikan edukasi atau pengetahuan kepada publik terkait suatu informasi tertentu dalam bentuk artikel, laporan, tajuk yang mempunyai nilai informasi atau nilai berita.

3) Fungsi menghibur

Untuk memberikan hiburan melalui pesan melalui informasi dalam bentuk gambar, cerita, tulisan, dan lain-lain.

4) Fungsi mempengaruhi

Untuk mempengaruhi pendapat dari perilaku dan pikiran masyarakat
(Wardhani, 2008)

PT Asus Technology Indonesia memiliki konsep dari aktivitas *media relations* yang adalah :

1. *Media Monitoring*
2. *Media Coverage*
3. Membuat draft *press release*
4. Melakukan *media gathering*
5. Pembuatan *Weekly Report Presentation*

Dengan adanya kesempatan kerja magang yang diberikan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, mahasiswa bisa berkesempatan melakukan kerja magang di PT Asus Technology Indonesia sebagai perusahaan teknologi yang terkemuka. Selain itu, hal yang didapat lainnya adalah mampu memahami praktik aktivitas dari divisi *public relations* serta guna mempelajari bagaimana cara mempertahankan *awareness* perusahaan melalui aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh PT Asus Technology Indonesia.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud

Maksud dari kerja magang ini adalah untuk memenuhi persyaratan mata kuliah *internship* dengan bobot sebesar 4 sks. Serta memiliki tujuan yang hendak dicapai yaitu mengetahui realisasi nyata dari konsep serta teori yang diajarkan selama perkuliahan pada dunia kerja.

1.2.2 Tujuan

Praktik kerja magang merupakan salah satu kewajiban akademis mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara untuk menyelesaikan kelulusan jenjang strata satu

(S-1). Selain itu, terdapat tujuan lain dari praktik kerja magang ini, yaitu:

1. Mengetahui aktivitas kegiatan *public relations* pada strategi *media relations* dari PT Asus Indonesia Technology
2. Menerapkan teori dan konsep *media relations* yang telah dipelajari selamamasa kuliah secara langsung di dunia kerja.
3. Menambah pengalaman bekerja sama dalam tim di bidang pekerjaan baik dengan internal perusahaan atau eksternal perusahaan.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang terhitung sejak tanggal 2 Agustus 2021 sampai dengan 22 Oktober 2021. Dalam melaksanakan kerja magang di PT Asus Indonesia, hari dan jam kerja yang berlaku untuk posisi *intern* adalah hari Senin sampai Jumat, pukul 09.00 hingga 17.00 WIB. Namun, jika terdapat *event offline* maka intern juga diharapkan untuk dapat mengikuti kegiatan tersebut diluar jam kerja diatas.

Sebelum kerja magang dimulai, terdapat beberapa proses yang dipersiapkan seperti mencari beberapa perusahaan yang membuka kesempatan untuk magang. Setelah itu proses berikutnya adalah membuat *Curriculum Vitae* (CV) yang nantinya akan dikirimkan ke perusahaan yang dituju. Setelah tahap tersebut, pengambilan KRS *Internship* dilakukan pada masa KRS dan dapat mengajukan lembar pengajuan magang (KM 01 dan KM 02). Beberapa *e-mail* yang dikirimkan ke perusahaan telah mendapatkan balasan.

Pada bulan Juli, berawal dari postingan email UMN tentang info perusahaan yang mencari anak magang, terdapat PT Asus Technology Indonesia yang sedang membuka lowongan intern bagi mahasiswa akhir dengan jurusan ilmu komunikasi. Kemudian, peneliti mengirimkan CV yang telah dibuat dan mendapat balasan dari Ertana Hadi selaku HRD Asus Indonesia untuk mengikuti wawancara dengan beliau. Seminggu kemudian, peneliti mendapatkan *e-mail* dari Ertana Hadi bahwa mulai tanggal 2 Agustus, peneliti diterima dan bisa memulai untuk bekerja sebagai intern di divisi *Public Relations* Asus Indonesia.

Dalam kerja magang ini di Divisi *Public Relations* di bawah bimbingan *Head Of Public Relations* Asus Indonesia, Muhammad Firman dengan pekerjaan yang wajib dilakukan yaitu:

- 1) *Media Monitoring*
- 2) *Media Coverage*
- 3) *Maintain dan update table public relations*
- 4) *Membuat draft press release*
- 5) *Pembuatan Weekly Report Presentation*
- 6) *Mencari media dan youtuber baru untuk diajak kerjasama*

Selain ke lima hal di atas, terdapat pekerjaan lain yang diberikan oleh pembimbing lapangan dan para konsultan lainnya.

Untuk dapat melakukan kerja magang di PT Asus Indonesia, terdapat beberapa

prosedur yang ditetapkan oleh kampus yang terbagi menjadi tiga proses, yaitu :

1) Proses Administrasi Kampus

- a) Mahasiswa diwajibkan untuk menghadiri bimbingan magang sebelum melakukan proses magang untuk mendapatkan pembekalan terlebih dahulu dari pihak Program Studi
- b) Mahasiswa mengajukan Formulir Pengajuan Magang (KM 01) yang harus disetujui dan ditandatangani oleh Ketua Program Studi untuk mendapatkan Surat Pengantar Kerja Magang (KM 02).

2) Proses Pengajuan Magang

- a) Mahasiswa menghubungi bagian *HRD* dari PT Asus Indonesia untuk mendapatkan informasi mengenai prosedur kerja magang di PT Asus Indonesia.
- b) Mahasiswa diwajibkan memiliki surat rekomendasi dari pihak kampus untuk melaksanakan program kerja magang
- c) Mahasiswa memberikan Formulir Kerja Magang, serta surat Pengantar Kerja Magang (KM 02) dari pihak kampus kepada Ibu Ertana Hadi selaku *Head Of Public Relations*.
- d) Mahasiswa mendapatkan surat penerimaan (*acceptance letter*) Magang dan dapat memulai program kerja magang dengan peraturan yang ada .
- e) Selama kegiatan kerja magang berlangsung, mahasiswa diharuskan melengkapi

Kartu Kerja Magang, Kehadiran Kerja Magang, serta Laporan Realisasi Kerja Magang yang ditandatangani oleh pembimbing lapangan.

- f) *Form* Penilaian kerja magang akan diisi oleh pembimbing lapangan di akhir periode praktik kerja lapangan, dan diserahkan kembali ke universitas dengan amplop tertutup.

3) Proses Pembuatan Laporan

- a) Mahasiswa harus melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing magang untuk pembuatan laporan hasil magang
- b) Laporan kerja magang yang telah diterima dan disetujui oleh dosen pembimbing magang dan Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi akan dipresentasikan dalam sidang magang yang telah ditentukan waktunya oleh pihak Program Studi.

1.3.1 Waktu Kerja

Pelaksanaan kerja magang dilakukan selama 3 bulan kalender atau 60 hari kerja sejak 2 Agustus 2021 hingga 22 Oktober 2021 Waktu kerja magang yang diterapkan adalah hari Senin sampai Jumat pukul 09.00-17.00 dan dilaksanakan *Work From Home* (WFH).

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur Kerja magang yang dijalankan yaitu:

- 1) Pada tanggal 19 Juli 2021 mengirimkan *resume* dan *cover letter* ke PT Asus Technology Indonesia

- 2) *Interview* dilaksanakan pada tanggal 27 Juli 2021
- 3) Diterima magang tanggal 29 Juli
- 4) KM-01 diajukan tanggal 10 Agustus 2021 (setelah melakukan magang)
- 5) KM-02 diterima tanggal 14 Agustus 2021
- 6) Tanggal 2 Agustus 2021, hari pertama magang di PT Asus Technology Indonesia.