

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suatu perusahaan perlu mengembangkan bisnis mereka dalam mencapai tujuan perusahaan. Salah satunya dalam memasarkan produk dan jasa kepada publiknya yang termasuk dalam aspek komunikasi. Upaya pemasaran dan promosi haruslah dikoordinasikan agar dapat menjalankan fungsi komunikasi dengan efektif dan dapat memberikan citra yang konsisten kepada pasar (Widyastuti, 2017, p. 6).

Penguasaan dalam bidang komunikasi menjadi penting dalam melakukan pengelolaan aspek komunikasi perusahaan yang baik dan terencana. Melalui perkembangan teknologi yang begitu pesat dan berbagai aspek yang menuntut kemajuan, munculnya berbagai perusahaan yang melayani secara khusus pada bidang komunikasi yaitu Agensi Public Relations (Agensi PR).

Agensi PR berperan dalam mendukung perkembangan perusahaan dan dapat memenuhi kebutuhan dalam pengembangan perusahaan dari segi aspek komunikasi. Kehadiran Agensi PR ini dapat dirasakan oleh perusahaan, dimana secara fungsional tentunya membantu perusahaan dalam mengelola kebutuhannya. Kebutuhan dalam melakukan periklanan, mengelola data media, serta pengelolaan brand perusahaan adalah berbagai hal yang dapat dilakukan oleh Agensi PR dalam membantu memajukan perusahaan.

Salah satunya dalam mendapatkan informasi terhadap berita-berita terkini mengenai perusahaan yang perlu juga dipantau dan dipahami. Secara fungsional, Public Relations adalah proses membangun relasi, kepercayaan, dan kerjasama antara individu dengan individu dan organisasi dengan publiknya melalui strategi atau program komunikasi yang dialogis dan partisipatif (Kriyantono, 2015, p.2).

Peran Agensi PR tidak lepas dari tujuan memajukan visi dan misi perusahaan, sehingga dalam segi bidang komunikasi dapat mengembangkan perusahaan dari aspek yang fokus secara signifikan. Agensi PR telah hadir di Indonesia baik dari Agensi PR lokal maupun global. Salah satunya adalah Weber Shandwick yang telah melebarkan sayapnya di Indonesia.

Berdasarkan dari Wetfeet (2011) mengatakan bahwa Agensi PR sendiri dapat diklasifikasikan menjadi tiga, dimana salah satu dari klasifikasinya ialah *full-service agencies*. *Full-service agencies* merupakan agensi yang menawarkan penuh jasa pada bidang *public relations* kepada perusahaan, mulai dari adanya *media relations* hingga pengetahuan mendalam mengenai beragam industri dan kemampuan agensi untuk memberikan strategi yang terkemuka untuk memajukan para klien.

Setiap Agensi PR tentunya memiliki keunggulannya masing-masing untuk dapat melayani dan dapat memajukan para klien. Pada kesempatan magang kali ini, penulis memilih Agensi PR Weber Shandwick dalam melakukan praktik kerja magang untuk mengembangkan potensi dalam menghadapi kehidupan kerja yang akan datang. Terhadap pembelajaran akademis yang telah dilalui tentunya memerlukan praktik langsung agar dapat mendalami dan mengimplementasikan hal-hal yang telah dipelajari secara teori. Melalui kesempatan magang yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara yang kemudian dapat dimanfaatkan dengan baik oleh Mahasiswa untuk mengembangkan potensi diri dan mempersiapkan ketika memasuki dunia kerja kelak. Pada pengalaman yang dilakukan juga memberikan pemahaman dan membuka potensi diri terhadap peluang untuk belajar langsung pada praktik kerja magang yang dilakukan.

Weber Shandwick Indonesia telah berdiri sejak tahun 2003, yang merupakan anak perusahaan dari Interpublic. Agensi PR ini telah memenangkan berbagai penghargaan salah satunya adalah pemenang PRWeek Global Agency of the Year selama empat tahun berturut-turut (2015-2018).

Agensi PR Weber Shandwick telah dikenal dalam keunggulannya untuk melayani para klien terwujudkan atas adanya standar operasional yang jelas dan terorganisir. Hal ini didasari dari sifatnya yang cenderung internasional dan adanya sistem yang jelas dalam memiliki tenaga dengan kinerja yang banyak. Melalui kantor Weber Shandwick yang tersebar di berbagai belahan dunia, yang juga menunjukkan bahwa Weber Shandwick memiliki koneksi serta jangkauan yang luas. Weber Shandwick dalam pengoperasiannya telah mengikuti perkembangan digitalisasi dengan signifikan, dimana pengolahan data maupun kinerja yang dilakukan sepenuhnya mengikuti perkembangan situasi masa kini yang

memanfaatkan media baru. Sehingga Agensi PR Weber Shandwick dapat menjadi perusahaan yang mengikuti arus perkembangan digitalisasi.

Pada praktiknya, dilakukan kegiatan *media relations* oleh Weber Shandwick yang mencakup adanya melakukan penyusunan *press release* dan menyebarkannya kepada media, melakukan *media clipping* pada *media coverage*, melakukan *media monitoring* untuk kebutuhan klien, menyusun dan melengkapi data *media list*, melakukan penyusunan *media coverage report* berdasarkan dari rilis yang telah disebar, dan melakukan perhitungan pada jumlah *PR Value* daripada *coverage* yang telah dikumpulkan tersebut.

Ada beberapa kewajiban dan tanggung jawab yang dipegang sebagai salah satu *intern* pada Agensi PR Weber Shandwick. Mulai dari melakukan *media monitoring* setiap hari, membantu melengkapi dan membuat data *media list*, melakukan perhitungan terhadap jumlah *PR Value* pada berita yang telah dikumpulkan serta membuat dan menyusun laporan mingguan dan bulanan untuk kebutuhan klien. Kegiatan yang dilakukan adalah termasuk dalam lingkup pekerjaan dan tugas perusahaan dalam melayani kebutuhan klien pada ranah *media relations*, sehingga menjadi sangat penting dan diperlukan oleh setiap perusahaan pada Agensi PR Weber Shandwick sendiri.

Menurut Frank Jefkins (2000, p. 98), *Media relations* merupakan usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi *Public Relations* dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Sehingga secara fungsional *media relations* dibutuhkan dalam mencapai tujuan untuk menyebarkan informasi perusahaan kepada publik melalui media, dimana dalam penyebaran informasi yang hendak diketahui oleh publiknya akan disebarkan kepada media guna mencapai tujuan perusahaan itu sendiri. Perusahaan perlu memiliki relasi kepada media dalam mencapai publiknya, agar mampu publik mendapatkan pengetahuan terhadap perusahaan baik dari segi informasi produk, *brand*, bahkan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan melalui *event*. Penting untuk pihak publik mengetahui kegiatan perusahaan dalam mencapai tujuan serta visi dan misi perusahaan.

Pada kegiatan praktik kerja magang ini, penulis dapat mengetahui secara praktik langsung bagaimana teknik-teknik dalam *media relations* serta dapat mengambil pemahaman secara langsung bagaimana aktivitas dari *media relations* pada Agensi PR Weber Shandwick dengan komprehensif dan sesuai dengan standar. Kegiatan praktik kerja magang ini juga diyakini dapat menjadi wadah dalam memperkaya ilmu serta mengembangkan potensi Mahasiswa untuk kedepannya segera siap, baik dari segi potensial dan mental untuk menghadapi dunia kerja yang akan datang. Sehingga praktik kerja magang juga menjadi bayangan untuk mengetahui dunia kerja secara praktikal.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud

Kerja magang ini memiliki maksud dalam memenuhi persyaratan mata kuliah *Internship* yang memiliki bobot sebesar 4 sks. Pada kerja magang yang dilaksanakan juga memiliki tujuan untuk dapat mencapai pengetahuan terkait perbedaan dan persamaan dari praktik kerja lapangan terhadap teori-teori yang telah dipelajari melalui perkuliahan, sehingga dapat menjadi pengenalan juga terhadap dunia kerja yang akan datang.

1.2.2 Tujuan

Pada kerja magang yang dilakukan memiliki tujuan untuk dapat memberikan pemahaman terhadap kinerja dan tugas dari para pekerja pada Agensi PR global yang salah satunya telah melebarkan sayapnya di Indonesia, yaitu Agensi PR Weber Shandwick. Selain itu, tujuan kerja magang ini mencakup sebagai berikut:

- a) Untuk dapat mengetahui dan memahami dunia kerja pada Agensi PR Weber Shandwick sebagai salah satu Agensi PR terkemuka.
- b) Untuk dapat mengetahui dan juga turut terlibat dalam melakukan kegiatan *media monitoring* sebagai salah satu bentuk *media relations* yang dilakukan setiap hari dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat digitalisasi pada Agensi PR.

- c) Untuk dapat menerapkan konsep *Public Relations* yang telah dipelajari melalui perkuliahan yang kemudian diaplikasikan pada dunia kerja nyata.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang ini dilakukan terhitung dari tanggal 9 Agustus 2021 hingga 21 November 2021. Pada pelaksanaan praktik kerja magang ini berkesempatan di Weber Shandwick yang memiliki aturan jam kerja yang eksplisit. Dalam posisi sebagai *intern* sendiri memiliki hari dan waktu kerja yang berlaku mulai dari hari Senin hingga Jumat, dari pukul 07.00 hingga 17.00 WIB. Tetapi, jam kerja bisa saja melebihi menjadi hingga pukul 18.00 WIB jika ada beberapa tugas tambahan yang diberikan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam persiapan kerja magang, adanya berbagai hal yang perlu disiapkan, seperti melakukan survei terhadap beberapa perusahaan sebagai tempat tujuan kerja magang dan mencari peluang magang dari berbagai perusahaan. Pada persiapan yang dilakukan berupa dengan adanya penyusunan dan pembuatan *Curriculum Vitae (CV)*, dan Portofolio yang berguna sebagai bahan acuan perusahaan dalam mempertimbangkan penerimaan praktik kerja magang. Setelah melakukan persiapan bahan yang akan dikirimkan pada tujuan perusahaan, adanya melakukan pengisian KRS *Internship* terlebih dahulu pada masa KRS yang telah ditentukan oleh pihak Program Studi. Selanjutnya, memberikan lembar pengajuan magang KM01 dan KM02 kepada pihak Program Studi. Pada tahap ini juga telah mendapatkan balasan dari perusahaan yang telah di kontak.

Pada bulan Mei 2021, melalui penelusuran pada aplikasi LinkedIn terhadap beragam perusahaan Agensi PR yang berlokasi di Indonesia menyatakan bahwa adanya membuka lowongan pekerjaan. Namun, saat itu tidak dicantumkan bahwa mereka membutuhkan posisi *internship*. Kemudian pada bulan Juni, melihat dari peluang yang ada dan masa magang yang semakin di depan, akhirnya mencoba untuk mengirimkan CV terlebih dahulu melalui email kepada pihak *Office Manager*

Weber Shandwick, Helina Wulandari. Tak lama kemudian, adanya balasan dari email dari Weber Shandwick untuk memenuhi persyaratan yang perlu dilakukan dalam mempertimbangkan posisi magang yang ada. Setelah memenuhi persyaratan dan keperluan yang ada, Weber Shandwick memberikan balasan bahwa menerima lamaran magang yang telah diajukan serta memberikan kesempatan bahwa magang dapat dimulai dari pertengahan bulan Juli mendatang.

Melalui mengikuti persyaratan yang ada hingga berdiskusi dengan bu Helina, Peneliti akhirnya resmi melangsungkan kegiatan kerja magang mulai dari tanggal 21 Juli 2021.

Pada kegiatan praktik magang yang dilaksanakan dalam Divisi Media Relations yang berada dalam bimbingan Associate, Almira Habsari dengan pekerjaan yang wajib dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan *Media Monitoring*
- 2) *Maintain* dan melakukan *update* pada administrasi klien, seperti laporan, menyebarkan undangan dan menelusuri media.
- 3) Pembuatan draft *press release*
- 4) *Maintain* dan memperbarui database media (master file dan spesifikasi klien)
- 5) Melakukan *regular update* pada media list setelah event media.
- 6) Mengadakan riset desktop untuk isu tertentu, seperti *browsing*, membaca koran/majalah, dll.

Dalam melakukan kerja magang di Weber Shandwick Indonesia, adanya beberapa prosedur yang telah ditetapkan oleh kampus yang terbagi atas tiga proses, sebagai berikut:

- 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 *Office Manager* Weber Shandwick Indonesia untuk mendapatkan informasi mengenai prosedur kerja magang di Weber Shandwick 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 Helina Wulandari selaku *Office Manager*.
- d. Mahasiswa mendapatkan surat penerimaan Magang dan dapat memulai program kerja magang dengan peraturan yang berlaku.
- e. Mahasiswa diharuskan melengkapi Kartu Kerja Magang, Kehadiran Kerja Magang, serta Laporan Realisasi Kerja Magang selama kegiatan kerja magang berlangsung dengan ditandatangani oleh Pembimbing lapangan.
- f. Form Penilaian kerja magang akan diisi oleh pembimbing lapangan pada akhir periode praktik kerja lapangan yang kemudian diserahkan kembali ke kampus dengan amplop tertutup.

3) Proses Pembuatan Laporan

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