

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kennedy, Voice & Berliner bisa dikatakan sebagai salah satu pionir dalam dunia *Public Relations* di Indonesia. Sudah berdiri sejak tahun 2011, tepatnya di bulan November, Kennedy, Voice & Berliner sudah menangani lebih dari 250 klien yang berasal dari *enterprise* maupun *startups*. Kennedy, Voice & Berliner memegang prinsip sebagai perusahaan yang *versatile*, dimana perusahaan terbuka terhadap peluang-peluang baru dengan menyusun strategi *public relations* untuk berbagai sektor perusahaan mulai dari *fintech*, *travel*, edukasi dan lainnya. Dengan ini KVB berharap bahwa karyawan-karyawan di perusahaan mempunyai banyak pengalaman di berbagai bidang untuk meningkatkan kompetensi sebagai seorang praktisi *public relations*.

Walaupun berdiri sebagai *public relations firm* di awal, Kennedy, Voice & Berliner mengubah bentuk perusahaannya menjadi *content and communication company* di tahun 2019. Perubahan ini dilakukan untuk mengikuti naiknya kebutuhan pasar terhadap konten digital untuk keperluan pemasaran dan juga *public relations*. Sesuai dengan bentuk perusahaannya, KVB menyediakan jasa terkait *strategy development*, *public relations*, komunikasi digital, serta produksi konten dan visual.

Dengan semangat untuk membantu perusahaan-perusahaan rintisan yang baru berkembang dalam hal komunikasi, Kennedy, Voice & Berliner membentuk sebuah unit bisnis bernama Voice of Startups di tahun 2012. Voice of Startups bertujuan membantu perusahaan rintisan dan profesional muda dari kalangan Generasi Z dan Millennial untuk membangun *brand* serta membagikan suara mereka untuk mengembangkan bisnis dan membangun pertumbuhan pribadi.

Alasan utama penulis memilih untuk melaksanakan program magang di Kennedy, Voice & Berliner adalah karena ketertarikan terhadap dunia *public relations*.

Penulis merasa KVB merupakan tempat yang tepat untuk mempelajari *skill* tersebut, melihat dari kinerja yang ditunjukkan oleh KVB selama ini. KVB sudah bekerja sama dengan ratusan klien dari berbagai sektor industri yang dapat membantu penulis mendapatkan berbagai sudut pandang dan mempelajari pendekatan komunikasi yang berbeda-beda. Kennedy, Voice & Berliner sendiri sudah tergabung ke dalam *First PR Alliance*, sebuah jaringan perusahaan hubungan masyarakat internasional yang membantu klien mereka berkembang dan tumbuh melalui perpaduan hubungan media, pemasaran konten, dan layanan pemasaran digital. Dengan ini, KVB sudah memiliki jaringan yang tersebar di 26 negara. Selain itu, penulis merasa adanya kecocokan dengan nilai-nilai perusahaan KVB yang adaptif.

Peran penulis di Kennedy, Voice & Berliner adalah sebagai *Content & PR Intern* yang bertanggung jawab untuk melakukan aktivasi media sosial Voice of Startups (@voice.of.startups) sebagai salah satu bentuk strategi *public relations* yang dilakukan oleh perusahaan. Beberapa tugas yang dilakukan di divisi ini adalah riset konten, perencanaan konten, pembuatan *copywriting* dan visual, serta audit untuk mengukur efektivitas kegiatan media sosial. Penulis juga bertanggung jawab akan konten-konten dari klien yang akan diunggah pada media sosial Voice of Startups.

Media sosial sendiri mempunyai peran yang cukup penting pada pelaksanaan strategi *public relations*. Menurut Staso dan McCorkindale (2012), media sosial untuk bidang *public relations* sangat penting untuk operasi banyak organisasi. Penggunaan media sosial yang berkepanjangan dapat mengarah ke tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dan dampak perilaku positif. Menurut Smith (2013) dalam Allagui dan Breslow (2016), media sosial memungkinkan pengembangan hubungan antara pemasaran dan *public relations* dengan meningkatkan frekuensi interaksi dan pembinaan hubungan.

Public Relations (PR) kini benar-benar menyatu dengan publik. Saat ini, media sosial telah mengubah pola praktik PR. Dalam arti, sejak munculnya media sosial seperti Facebook, Twitter, dan YouTube, praktisi PR tidak lagi berfungsi sebagai sumber informasi. PR menjadi lebih terintegrasi karena adanya kerjasama antara publik dan organisasi.

Komunikasi dalam PR telah ditingkatkan secara melalui kecepatan mediasosial. Saat ini, praktik PR telah berubah dari *pitching* menjadi partisipasi. Ini adalah perubahan yang sangat besar dan penting bagi para profesional PR. Menurut Langett (2013) dan Cheng (2019), *public relations* dianggap sebagai layanan komunikasi strategis yang memupuk dan mempromosikan hubungan antara organisasi dan publiknya yang luas. Dengan menggunakan media sosial, praktisi PR dapat membentuk hubungan yang solid secara langsung dengan banyak orang, karena seringkali mereka dilihat sebagai hubungan satu lawan satu. Praktisi PR saat ini tidak hanya berperan sebagai pemberi informasi tetapi juga berperan sebagai peserta. Dengan berkembangnya media sosial, komunikasi PR menjadi lebih berpengaruh dan praktis. Rilis informasi *real-time* di media sosial, dalam bentuk apa pun, memperkuat informasi dan membuat PR lebih kuat dan lebih berpengaruh.

Dengan ini, penulis memahami pentingnya aktivasi media sosial sebagai salah satu strategi *public relations*. Penulis melihat adanya hal-hal yang bisa dikembangkan dari aktivitas media sosial Voice of Startup yang tidak terlalu aktif sebelumnya. Dengan ini, penulis mencanangkan adanya ide-ide strategi baru yang bisa dilakukan untuk meningkatkan *engagement* dan *reach* dari akun Instagram tersebut.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Secara umum dan resmi, tujuan pelaksanaan kerja magang ini dilakukan guna memenuhi persyaratan perkuliahan atas mata kuliah wajib yaitu “*Internship*” yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Namun, selain merupakan persyaratan wajib tersebut, kerja magang ini juga dilakukan untuk mencapai beberapa hal sebagai berikut:

1. Mendapatkan pengetahuan dan pemahaman terkait aktivitas pada Divisi *Content & PR* di Kennedy, Voice & Berliner.
2. Melatih keterampilan dalam *social media marketing* dan *content marketing*.

3. Melatih kemampuan beradaptasi dan berkomunikasi dengan sistem *Work From Home* (WFH) dalam melakukan koordinasi tim bersama supervisor Divisi *Content & PR* di Kennedy, Voice & Berliner.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Secara umum, sesuai dengan prosedur program kerja magang yang telah ditetapkan oleh manajemen Universitas Multimedia Nusantara kepada mahasiswa, yaitu minimal 60 hari kerja bersih. Praktik kerja magang di Kennedy, Voice & Berliner ini telah dilaksanakan terhitung sejak tanggal 1 September 2021 - 30 November 2021 dengan sistem waktu pelaksanaan sebagai berikut:

Hari Kerja : Senin - Jumat

Waktu Kerja : 08.30 - 17.30 WIB

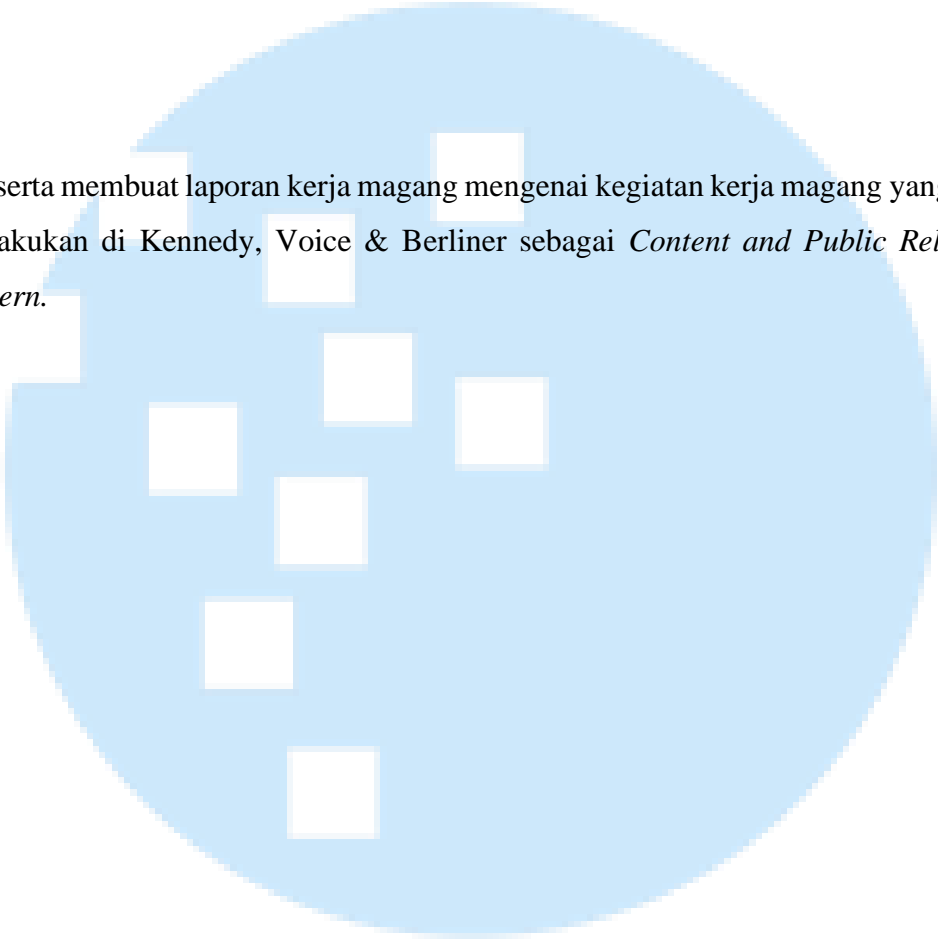
Untuk tempat pelaksanaan kerja barang dilakukan secara *remote* karena adanya situasi pandemi yang belum memungkinkan untuk dilakukan secara *Work From Office* (WFO).

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut prosedur pelaksanaan kerja magang yang telah disesuaikan dengan ketentuan Universitas Multimedia Nusantara kepada mahasiswa.

1. Peserta mengikuti perlombaan *Marketing Public Relations* yang diadakan oleh PRIDE UMN 2021, acara tahunan yang diselenggarakan oleh Ikatan Mahasiswa Komunikasi UMN. PRIDE UMN berkolaborasi dengan Kennedy, Voice & Berliner untuk menyediakan tempat magang bagi pemenang perlombaan *Marketing Public Relations*.

2. Peserta menjadi pemenang dalam perlombaan *Marketing Public Relations* oleh PRIDE UMN dan berhak mendapatkan kesempatan magang di Kennedy, Voice, & Berliner.
3. Peserta dihubungi secara langsung oleh HRD Kennedy, Voice & Berliner untuk mengurus terkait penempatan divisi.
4. Peserta ditempatkan pada divisi *Content and Public Relations Intern* berdasarkan pertimbangan dari HRD Kennedy, Voice & Berliner.
5. Peserta mengajukan formulir pengajuan kerja magang (KM-01) kepada Pak Inco selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi untuk mendapatkan persetujuan tempat kerja magang.
6. Peserta mendapatkan persetujuan berupa Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02) yang telah ditandatangani oleh Pak Inco selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
7. Peserta menyerahkan Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02) tersebut kepada Kennedy, Voice, & Berliner untuk mendapatkan Surat Penerimaan dari perusahaan tempat pelaksanaan kerja magang.
8. Peserta menukarkan Surat Penerimaan dari Kennedy, Voice, & Berliner di *website* UMN (my.umn.ac.id) untuk mendapatkan Kartu Kerja Magang (KM-03), Lembar Kehadiran Kerja Magang (KM-04), Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang (KM-05), Lembar Penilaian Kerja Magang (KM-06), serta Tanda Terima Penyerahan Laporan Kerja Magang (KM-07).
9. Peserta melaksanakan praktik kerja magang sebagai *Public Relations Intern* di Kennedy, Voice & Berliner sesuai dengan waktu yang telah ditentukan oleh pihak kampus dan perusahaan sembari mengisi KM-04 dan KM-05
10. Peserta menyelesaikan praktik kerja magang sebagai *Content and Public Relations Intern* di Kennedy, Voice & Berliner dan menyerahkan KM-06 serta KM-07 untuk diisi dan ditandatangani oleh perusahaan.



11. Peserta membuat laporan kerja magang mengenai kegiatan kerja magang yang telah dilakukan di Kennedy, Voice & Berliner sebagai *Content and Public Relations Intern*.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA