

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kondisi Covid-19 yang masih belum pulih hingga kuartal keempat 2021 menyebabkan perusahaan pembiayaan (*multifinance*) banyak yang gulung tikar. Berdasarkan data statistik Industri Keuangan Non Bank (IKNB) dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per September (2021), terdapat 164 pelaku perusahaan pembiayaan yang masih bertahan. Apabila dibandingkan dengan tahun 2020 di bulan yang sama, total pelaku perusahaan pembiayaan mencapai 181 perusahaan dan telah berkurang sebanyak 17 perusahaan (OJK, 2021).

Tabel 1.1 Data Statistik Industri Keuangan Non Bank (IKNB)

Komponen	Sept 2020		Total	Sept 2021		Total
	Konvensional	Syariah		Konvensional	Syariah	
Perusahaan Pembiayaan	176	5	181	159	5	164

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2021

Dilansir dari CNBC Indonesia (Sandi, 2021), penyebab banyaknya perusahaan pembiayaan yang tutup karena permodalan yang tidak sesuai dengan ketentuan minimum OJK, yaitu Rp 100 miliar dan tidak kuat akan tekanan di masa pandemi Covid-19. Perusahaan pembiayaan yang paling terdampak adalah pembiayaan untuk kredit kendaraan mobil dan motor, sedangkan perusahaan pembiayaan lainnya berupaya membangun kerja sama dengan diler otomotif untuk dapat bertahan di masa pandemi (Sandi, 2021).

PT Adira Dinamika Multi Finance (ADMF) atau Adira Finance merupakan salah satu perusahaan *multifinance* yang berhasil bertahan walaupun berada di tengah tekanan pandemi Covid-19. Dilansir dari Tribunnews (Arifin, 2021), Adira Finance mampu menyalurkan total pembiayaan baru pada kuartal ketiga 2021 sebesar Rp18,1 triliun atau naik

36% jika dibandingkan dengan periode yang sama di tahun lalu. Namun, laba bersih Adira Finance masih turun 7,5% *year on year* jika dibandingkan dengan periode sama tahun lalu, yakni mencapai Rp753,3 miliar (Arifin, 2021). Selain itu, jumlah nasabah yang telah direstrukturisasi ada sebanyak 831.000 kontrak senilai Rp19 triliun dan sekitar 85% diantaranya sudah mulai membayar cicilannya (Arifin, 2021).

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *multifinance*, tentunya bukanlah hal yang mudah bagi Adira Finance dalam menghadapi tantangan perubahan di masa pandemi seperti ini. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang baik memiliki peranan penting dalam pelaksanaan setiap aktivitas Adira Finance agar perusahaan dapat selalu memberikan dukungan dan pelayanan terbaik bagi nasabahnya. Bersamaan dengan hal tersebut, penting juga bagi perusahaan untuk menunjukkan rasa peduli dan empati kepada masyarakat untuk dapat membangun kepercayaan yang tinggi.

Peran *public relations* tentunya menjadi pilihan strategi komunikasi yang dapat digunakan untuk menghadapi krisis di saat pandemi Covid-19. Scott M. Cutlip (dalam Fajri, et al., 2019) menjelaskan *public relations* sebagai fungsi manajemen untuk menjalin hubungan yang baik dan juga bermanfaat dalam jangka waktu yang panjang diantara perusahaan dengan publik yang dapat memengaruhi sukses atau gagalnya suatu perusahaan. Melalui kegiatan *public relations*, perusahaan dapat mencapai tujuan dengan meningkatkan dan menjaga citra perusahaan serta menangani isu negatif terkait perusahaan dengan cekatan agar tidak menimbulkan pandangan negatif di publik (Iriantara & Surachman, 2011, p. 5).

Menurut Iriantara & Surachman (2011), *public relations* sebagai proses berkelanjutan akan terus berjalan dikarenakan lingkungan organisasi pun akan bergerak secara dinamis dan organisasi perlu menanggapi hal tersebut. Selain itu, hubungan perusahaan dengan publik pun dipengaruhi oleh lingkungan internal dan eksternal sehingga penting bagi seorang *public relations* untuk mengambil keputusan yang benar dalam membangun relasi dengan publik.

Dalam praktiknya, *Public Relations* Adira Finance terbagi ke dalam dua bagian, yaitu *Internal Communication* dan *External Communication*. *Internal Communication* Adira Finance bertujuan dalam membangun dan menjalin hubungan komunikasi dengan pihak internal perusahaan, seperti Gardira (sebutan untuk karyawan Adira Finance). Sedangkan untuk *External Communication* Adira Finance berfokus dalam membangun dan menjalin hubungan dengan pihak eksternal, seperti media dan komunitas, menjalankan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, mencegah dan mengatasi krisis perusahaan, dan tentunya menjaga citra dan reputasi perusahaan agar selalu positif. Fokus kerja magang penulis di Adira Finance adalah di bagian *media relations* yang termasuk ke dalam sub divisi *External Communication*. Walaupun terfokus ke dalam *media relations*, penulis juga tetap mengerjakan tugas di luar hal tersebut, seperti *social media marketing*. Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam terkait peran *External Communication Intern* di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang merupakan salah satu mata kuliah yang wajib diikuti oleh mahasiswa/mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara (UMN) untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan secara nyata dalam dunia kerja. Berikut beberapa tujuan dari kerja magang yang akan dilaksanakan, yaitu:

1. Mengetahui peran dan aktivitas dari *External Communication Intern* di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk.
2. Mengetahui kendala dan hambatan yang terjadi dalam divisi *External Communication Intern* di Adira Finance.
3. Memperoleh pengalaman baru dan meningkatkan *soft skill*.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Persyaratan durasi waktu program magang reguler dari Universitas Multimedia Nusantara (UMN) adalah minimal 60 hari atau kurang lebih 3 bulan. Penulis terhitung mulai melaksanakan kerja magang di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk dari 9 Agustus 2021 sampai 8 November 2021 dengan detail jam kerja sebagai berikut:

Hari Kerja Aktif : Senin – Jumat
Jam Kerja : 08.30 - 17.30 WIB

Formulir KM-02 yang dikeluarkan oleh Kaprodi telah diterima oleh penulis pada 9 Agustus 2021. Maka, penulis telah memenuhi syarat kerja magang, yaitu minimal 60 hari kerja.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah prosedur pelaksanaan kerja magang yang telah dilakukan oleh penulis:

1. Mencari tempat magang yang memenuhi syarat dan ketentuan prodi melalui beberapa *platform online*, seperti LinkedIn dan JobStreet.
2. Mempersiapkan *Curriculum Vitae* (CV) untuk dikirim ke beberapa perusahaan dan salah satunya adalah PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk.
3. Mendapat panggilan dari Adira Finance pada 2 Agustus 2021 dan melakukan wawancara pada 3 Agustus 2021.
4. Mendapatkan *assignment* yang diberikan pada saat wawancara dan mengumpulkannya pada 4 Agustus 2021. Pada hari yang sama mendapatkan kabar bahwa penulis diterima untuk melaksanakan kerja magang di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk.

5. Penulis mengisi *form* Kartu Magang 01 pada 4 Agustus 2021.
6. Memperoleh KM 02 dari Kaprodi dan mulai melaksanakan praktik kerja magang pada 9 Agustus 2021 di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk.
7. Penulis mengisi KM 01 – *final* melalui My UMN dan mengunggah surat penerimaan kerja magang dari Adira Finance.
8. Penulis menjalankan praktik kerja magang sesuai dengan durasi yang telah ditetapkan Adira Finance.
9. Penulis mengisi KM 03-07 untuk keperluan laporan magang.
10. Menyusun laporan magang sesuai dengan arahan dosen pembimbing.
11. Mengunggah laporan magang untuk dapat mengisi formulir pendaftaran sidang magang dan melaksanakan sidang magang.