

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri *event* secara global telah meningkat sangat pesat dalam jumlah, keragaman dan popularitas karena kemampuannya untuk mendorong pariwisata, ekonomi dan perkembangan sosial dalam jangka waktu yang pendek (Maguire, 2020). *Event* adalah sebuah acara atau kegiatan yang dilaksanakan dengan tujuan tertentu oleh sebuah kelompok atau organisasi. (Kholik, et. al, 2021). *Event* juga digunakan oleh Indonesia di tahun 2022 oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno untuk meningkatkan industri pariwisata dan ekonomi kreatif dengan penyelenggaraan *event* seperti MotoGP dan G20 Finance Track Side Event (Sumber: ekonomi.bisnis.com).

Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Kotler (Toledano et. al., 2014) yang mengatakan bahwa events dapat menawarkan keuntungan dalam rupa interaksi dengan audiens dan memungkinkan mereka mengekspresikan sikap atau perilaku yang diinginkan, salah satunya adalah untuk meningkatkan citra perusahaan. Mengutip Sutisna dalam Purba (2017), citra adalah total persepsi terhadap suatu objek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber dalam sebuah jangka waktu. Citra menyamakan konsep yang lebih tepat seperti persepsi, kognisi, sikap dan konsep skema yang diidentifikasi sebagai tujuan simbolis dari *Public Relations* yang dalam jangka panjang harus selalu dievaluasi kontribusinya untuk membantu organisasi atau perusahaan mencapai tujuan atau misi mereka (Grunig dalam Toledano et. al., 2014).

Jika perusahaan ingin mencapai tujuan organisasinya, mereka harus memiliki citra dan reputasi yang baik karena faktor tersebut sangat penting dalam evaluasi keseluruhan sebuah perusahaan untuk memiliki posisi berbeda dalam pangsa pasarnya (El-Salam et, al., 2013) sehingga praktisi *Public relations* dalam perusahaan harus mengomunikasikan produk, jasa dan nilainya kepada konsumen secara kontinu dan tepat.

Menurut Harlow dalam Theaker (2020), *public relations (PR)* merupakan fungsi manajemen khusus yang dapat membantu pembangunan & pemeliharaan komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerjasama timbal balik antara sebuah organisasi dan publiknya. *PR* juga berfungsi untuk menjaga citra & reputasi dengan tujuan mendapatkan pengertian dan dukungan serta mempengaruhi opini dan perilaku publiknya. Hal ini merupakan sebuah upaya berkelanjutan untuk membangun dan memelihara niat baik serta pengertian (UK Chartered Institute of Public Relations, n.d., dalam Theaker, 2020).

Melihat pentingnya *public relations* untuk sebuah perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuannya maka lahirlah perusahaan konsultan komunikasi seperti PT Cetta Satkaara yang menawarkan layanan *public relations* melalui aktivitas seperti *event management, crisis management, media monitoring, going public, media relations, corporate social responsibility* serta *corporate communication*.

PT Cetta Satkaara adalah sebuah perusahaan konsultan komunikasi lokal yang berdiri sejak 2012. Memiliki nilai inti '*Care & Respect*', PT Cetta Satkaara bekerja dengan memberikan layanan komunikasi dengan rasa kepedulian dan hormat untuk menghubungkan perusahaan dan publik, terutama pada bidang sosial, pendidikan, lingkungan, energi berkelanjutan dan kesehatan. Menjelang satu dekade, PT Cetta Satkaara sudah bekerja sama dengan 105 klien dari berbagai bidang seperti Serta, Forum CSR DKI Jakarta, Halodoc, Allianz, Gulaku, Honda, dst.

PT Cetta Satkaara menyadari pentingnya pemeliharaan citra dan reputasi yang baik dari publiknya sehingga mereka menggunakan strategi *event management* untuk meningkatkan citranya sebagai perusahaan konsultan komunikasi yang memiliki nilai kepedulian dan kehormatan (*Care & Respect*) dengan menyelenggarakan acara Satkaara Berbagi. Satkaara Berbagi adalah acara sosial *webinar* yang diselenggarakan sebagai wujud kepedulian PT Cetta Satkaara terhadap pendidikan dan kesehatan mental murid di Indonesia yang bekerja sama dengan komunitas Ruang Guru Bimbingan Konseling di seluruh Indonesia.

Sebagai peserta magang dalam PT Cetta Satkaara, penulis mendapatkan kesempatan untuk terlibat langsung dalam melakukan manajemen event Satkaara Berbagi. Manajemen *event* merupakan sebuah acara kolaboratif dan profesional dengan tujuan khusus yang dapat dipertanggungjawabkan melalui tahapan riset, desain, perencanaan, koordinasi dan evaluasi (Goldblatt, dalam Kholik, et. al, 2021).

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan program kerja magang dilakukan untuk memenuhi beberapa tujuan dalam mengasah pengalaman dan kemampuan bekerja pada dunia nyata. Antara lain:

1. Mempelajari dan mengimplementasikan ilmu *Public Relations* seperti *Event Management*, *Media Relations* dan *Public Relations Writing* dalam PT Cetta Satkaara
2. Mengetahui aktivitas *Public Relations* yang diterapkan di PT Cetta Satkaara

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Program kerja magang dilakukan selama 60 hari (3 bulan) terhitung dari 20 September 2021 hingga 20 Desember 2021. Hari kerja magang dilaksanakan setiap hari Senin - Jumat.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah prosedur pelaksanaan kerja magang yang dijalankan penulis selama menjadi peserta magang di PT Cetta Satkaara:

- A. Pembekalan magang
- B. Pendaftaran program APPRIENTICE Batch 2
- C. Persiapan CV dan surat motivasi
- D. Partisipasi program pembekalan APPRIENTICE Batch 2
- E. Pengajuan surat pengantar kerja magang (KM-01) kepada pihak kampus untuk persetujuan Kepala Program Studi
- F. Menerima surat pengantar kerja magang (KM-02) dari pihak kampus
- G. Mengirimkan surat pengantar kerja magang (KM-02) kepada pihak PT Cetta Satkaara untuk tanda tangan persetujuan
- H. Pengisian data formulir (KM-03)
- I. Pengiriman surat (KM-03) kepada pihak PT Cetta Satkaara untuk tanda tangan dan cap perusahaan
- J. Menjalankan program kerja magang selama 60 hari (3 bulan) di PT Cetta Satkaara sebagai *Public Relations intern*
- K. Melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing magang
- L. Menyusun laporan magang

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A