



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Public Relations (PR) sekarang ini telah menjadi suatu divisi yang memiliki fungsi penting dalam suatu perusahaan. Maka dari itu perusahaan industri manapun, baik itu perusahaan besar atau kecil, nasional ataupun multinasional semuanya memerlukan peran PR.

Di era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) sekarang Indonesia menjadi negara yang sangat membuka peluang bagi perusahaan asing untuk masuk ke Indonesia. Salah satu target investasi China di Indonesia adalah dalam bidang pertambangan.

Rachman (2017, para sebanyak 30 perusahaan investasi di bidang usaha pengolahan feronikel 1) Perusahaan yang berasal dari China telah berinvestasi besar di Indonesia. Tercatat dengan nominal US\$ 6 miliar atau setara Rp 79,8 triliun (kurs Rp 13.300/US\$). Maka tak heran, kini Negara China dapat menjadi investor ketiga terbesar di Indonesia. Kondisi ini tentu berdampak bagi perusahaan yang bergerak di industri pertambangan, baik perusahaan tambang dari Indonesia sendiri, dari China dan juga perusahaan tambang dari negara lainnya yang masuk ke Indonesia. Semua berlomba-lomba mengoptimalkan kemampuan perusahaan mereka agar dapat bersaing di Indonesia, untuk itu setiap perusahaan pasti memiliki strateginya masing-masing.

Membangun lingkungan internal yang baik dan kuat adalah salah satu strategi dasar yang perlu dimiliki sebuah perusahaan, karena untuk dapat bersaing didunia luar, pondasi perusahaan haruslah kuat terlebih dahulu. Maka dari itu, hadirilah *Internal Public Relations*. *Internal Public Relations*, dimaksudkan sebagai salah satu bentuk kegiatan dari Public Relations yang menitikberatkan kegiatannya ke dalam. Istilah ke “dalam” maksudnya kegiatan tersebut hanya berlaku kepada bentuk hubungan dengan publik yang ada dalam instansi atau perusahaan tersebut (Pribadi, 2012, h. 9). Internal Relations yang baik berawal dari komunikasi internal yang baik pula. *Corporate event internal* merupakan salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan tujuan/pesan internal perusahaan. (O’Toole dan Mikolaitis, 2007, h. 10)

PT Guo Hua Listrik adalah perusahaan yang sadar akan pentingnya komunikasi internal. Perusahaan ini adalah salah satu perusahaan tambang China yang melakukan investasi di Indonesia. PT Guo Hua Listrik merupakan salah satu anak perusahaan perwakilan China Shenhua Group di Indonesia. Sebagai salah satu perusahaan tambang batubara terbesar di China, China Shenhua berhasil masuk dalam urutan ke 161 Forbes sebagai perusahaan terbesar di dunia.



Gambar 1.1 Data *The World's Biggest Public Companies* dari Forbes.

Sumber: <https://www.forbes.com/companies/china-shenhua-energy/>

Perusahaan ini telah melakukan beberapa kegiatan komunikasi internal, seperti melakukan berbagai *corporate event*, *gathering*, dan juga adanya *evaluation meeting* setiap minggunya secara rutin.

Oleh karena itu penulis tertarik dan memilih perusahaan PT Guo Hua Listrik sebagai tempat untuk melakukan kegiatan praktek kerja magang. Penulis ingin mengetahui secara langsung dan lebih dalam mengenai apa saja dan bagaimana aktivitas Internal Public Relations yang dilakukan PT Guo Hua Listrik. Penulis disini ditempatkan di posisi Internal public relations, dengan aktivitas utama ialah mengatur dan menjaga hubungan baik dengan publik internal khususnya dengan melakukan *Corporate event management* yang mana persiapannya membuat penulis melakukan beberapa kegiatan PR lainnya seperti produksi media PR, Lobi & negosiasi, dan media monitoring. Penulis disini akan menjelaskan dan menggambarkan secara detail apa saja dan bagaimana aktivitas

Corporate event management yang dilakukan di PT Guo Hua Listrik untuk menjaga hubungan baik dengan publik internalnya. Penulis juga berharap agar pembaca nantinya akan mendapat pengetahuan dan wawasan baru mengenai dunia kerja di perusahaan multinasional masa kini.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang tidak semata-mata hanya karena merupakan suatu kewajiban mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara sebagai syarat kelulusan. Disini penulis memiliki beberapa tujuan dalam melakukan praktik kerja magang:

1. Untuk mengetahui bagaimana peran seorang Internal Public Relations di perusahaan Multinasional yang ada di Indonesia.
2. Mengetahui kegiatan internal apa saja yang dilakukan perusahaan tambang multinasional untuk menjaga hubungan internalnya.
3. Sarana untuk menerapkan teori-teori dasar Public Relations yang telah di pelajari penulis selama masa perkuliahan.
4. Sebagai proses memperoleh pengalaman baru sehingga pada akhirnya penulis dapat meningkatkan kemampuannya dan bisa menjadi seorang praktisi yang baik dalam dunia Public Relations.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu dan pelaksanaan kerja magang

Penulis melakukan kegiatan kerja magang mulai dari tanggal 3 Juli 2017 sampai dengan 3 Oktober 2017. Kantor perusahaan tempat penulis melakukan kerja magang terletak di APL Tower Lt. 39 T1. Jl. Letjen S.Parman Kav 28 Jakarta Barat 11470. Dalam satu minggu penulis bekerja selama 5 hari, pada hari Senin sampai dengan Jumat, pukul 08.00WIB hingga pukul 17.30WIB. Jadwal kerja dapat berubah disesuaikan dengan acara atau pekerjaan yang dilakukan penulis.

1.3.2 Prosedur pelaksanaan kerja magang

- a. Sebelum melakukan praktek kerja magang, penulis yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Public Relations, melakukan pembekalan praktek kerja magang terlebih dahulu. Lalu penulis mulai membuat CV sebagai amunisi untuk melamar kerja magang di perusahaan yang diincar.
- b. Penulis melakukan pencarian lowongan magang di berbagai sumber, setelah ditemukan penulis akan terlebih dahulu mengajukan nama perusahaan diincar menggunakan formulir pengajuan kerja magang yang telah disediakan (Form KM-01). Formulir KM-01 yang telah diisi beserta transkrip nilai diajukan untuk disetujui dan ditandatangani oleh ketua program studi, yaitu Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom.M.Si.
- c. Lalu KM-01 ditukarkan dengan surat pengantar resmi Universitas Multimedia Nusantara yang dapat digunakan sebagai tanda bukti ke perusahaan incaran (KM-02)
- d. Selanjutnya penulis melamar menggunakan KM-02 dan mengirim CV ke perusahaan yang telah di setujui oleh kaprodi. Penulis melakukan tes dan panggilan interview oleh perusahaan terkait, setelah diterima maka penulis mendapatkan surat keterangan diterima oleh perusahaan.
- e. Penulis menukarkan surat keterangan diterima oleh perusahaan dengan KM 03-KM 07 di BAAK.
- f. Penulis memulai praktik kerja magang di perusahaan terkait, pertama-tama penulis diberitahu letak meja kerja, lalu berkeliling kantor diperkenalkan kepada rekan-rekan perusahaan, diberikan penjelasan mengenai jobdesk yang akan dilakukan dan juga peraturan perusahaan yang harus dilakukan dan dipatuhi.
- g. Selanjutnya Penulis langsung memulai mengerjakan tugas-tugas sesuai dengan instruksi PIC.