



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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Organisasi dasarnya memiliki dua jenis yaitu organisasi *profit* dan *non-profit*. Adanya perbedaan jenis ini menimbulkan adanya perbedaan tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi. Tujuan-tujuan yang berbeda tersebut menjadi pemicu munculnya banyak organisasi, salah satunya organisasi *non-profit*. Sebagai organisasi yang bertujuan untuk mewujudkan perubahan pada individu atau komunitas, sebuah organisasi *non-profit* menyalurkan dana yang mereka miliki untuk program yang mereka lakukan. Pendanaan yang didapat oleh organisasi *non-profit* berasal dari tiga sumber: sumbangan amal privat (hadiah dari individu, perusahaan dan yayasan), dukungan atau bantuan pembayaran dari pemerintah (hadiah dan kontrak atau penggantian biaya pelayanan), dan biaya dan pembayaran privat (dari penjualan jasa atau produk kepada konsumen) (Cutlip, 2006, h.509).

Setiap organisasi, baik *profit* maupun *non-profit* memerlukan peranan *public relations* untuk menciptakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publiknya, yakni untuk menyampaikan informasi dari organisasi kepada publik, ataupun sebaliknya mendengarkan aspirasi publik untuk disampaikan kepada organisasi.

Di era ini, profesi Hubungan Masyarakat atau *Public Relations* dapat dikatakan sudah cukup berkembang di Indonesia. Hal ini dapat

diukur dengan banyaknya organisasi humas yang bermunculan di tengah masyarakat. Munculnya organisasi-organisasi yang menjadi forum bagi praktisi *public relations* dan Komunikasi Indonesia membuat eksistensi profesi *public relations* semakin diakui dan berkembang di Indonesia. Terbentuknya suatu organisasi profesi humas tentunya memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas dan memperluas relasi profesional di antara para anggotanya.

Dengan adanya tujuan tersebut tentu peran *public relations* sangat dibutuhkan dalam hal ini. Seorang *public relations* memiliki beberapa alat kegiatan atau yang disebut *public relations tools* (Kriyantono, 2008, h.28). Beberapa *public relations tools* diantaranya adalah *media relations*, *lobbying*, dan *event*. *Special event* sangat efektif mempengaruhi *target audience* baik dalam aspek kognitif yaitu *awareness* khalayak terhadap organisasi, aspek afektif dalam mengatasi kesalahpahaman dan prasangka, aspek konatif yaitu mempertahankan penerimaan masyarakat akan organisasi atau pelayanan (Pudjiastuti, 2010, h.27). Komunikasi yang interaktif antara penyelenggara dan khalayak dapat terjalin dengan adanya *special event* menurut Pudjiastuti (2010, h.27).

Dalam melaksanakan sebuah *event* ada lima tahap yang harus dilakukan, yaitu

***research* → *design* → *planning* → *coordination* → *evaluation*.**

(Goldblatt, 2010, h.42)

Research (riset) merupakan tahapan pertama yang dilakukan dengan menetapkan tujuan dan sasaran dari *event*, menetapkan waktu dan tempat yang tepat, melakukan analisis SWOT *event*. Riset dilakukan untuk mengurangi resiko kegagalan dari suatu *event*.

Tahapan kedua adalah *design*, ketika akan membuat *design* suatu *event* perlu mengkombinasikan tujuan dan sasaran kegiatan, peserta, dan logistik. Ketiga hal tersebut dikombinasikan dan diaplikasikan dengan imajinasi. Dapat memuaskan semua yang membutuhkan dan mengarahkan impresi tamu merupakan tujuan dari *design* suatu *event*. Mengusung tema yang sederhana dan unik adalah salah satu kegiatan dalam membuat *design* suatu *event*.

Planning dalam sebuah *event* dilakukan bersamaan dengan tahapan kedua yaitu *design*. Menyiapkan kerangka waktu yang realistis, memonitor kinerja dari semua rencana yang telah ditentukan, membuat perencanaan terhadap isi dari *event* seperti menyiapkan media promosi, panggung, pembicara, artis, pengisi acara, pembawa acara, dan hadiah. Tahapan ketiga ini memerlukan jangka waktu yang panjang dibandingkan tahapan lainnya. Pada saat perencanaan seringkali dilakukan banyak pertimbangan sehingga susunan perencanaan sering mengalami perubahan, penambahan, atau pengurangan sesuai sumber daya yang ada.

Dalam sebuah *event*, dibutuhkan koordinasi agar menjadi acara yang sukses yang dimaksud dengan *coordinating* sebagai tahapan keempat ketika akan membuat *event*. Komunikasi yang aktif harus dibentuk antara

panitia, sponsor, dan pihak lain yang terlibat dalam sebuah *event*. Ketika melakukan komunikasi dengan sponsor sangat perlu memperhatikan kontrak kerjasama dengan vendor agar tidak terjadi kesalahan informasi. Dalam sebuah acara seorang manajer sebuah acara harus mampu mengkoordinasi setiap pihak yang terlibat agar dapat secara selaras dengan tujuan yang sama menghasilkan acara yang sukses.

Langkah terakhir adalah *evaluation*, evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan sebuah acara. Hal tersebut bisa dilakukan dengan melakukan *review* semua kegiatan yang telah dilakukan, melakukan evaluasi seluruh kegiatan yang terkait dan yang telah dilakukan.

Perhumas merupakan sebuah organisasi *non-profit* yang telah berdiri sejak tahun 1972. Organisasi yang bergerak di bidang profesi kehumasan ini bertujuan meningkatkan keterampilan profesional dengan memperluas dan memperdalam pengetahuan, kemampuan, dan etika kehumasan, meningkatkan kontak dan pertukaran pengalaman antar anggota serta berhubungan dengan organisasi profesi serumpun di tanah air dan di luar negeri. Perhumas selalu menyajikan acara-acara seperti seminar di kampus-kampus maupun di luar kampus untuk mendukung mencapai tujuan dari organisasi ini.

Menurut penulis sebuah *special event* sangat berpengaruh untuk membangun *awareness* dan meningkatkan *engagement* dengan publik karena publik dapat merasakan hasil dari tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi. Maka dari itu penulis merasa tertarik untuk mengikuti dan

terjun langsung untuk menyiapkan sebuah *event*. Selain untuk terlibat secara langsung persiapan *event* sebagai pengalaman bagi penulis, penulis juga dapat menerima hasil dari tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi seperti membangun relasi secara lebih luas.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari praktik kerja magang adalah untuk mengetahui, memahami serta terjun langsung dalam kegiatan kehumasan di organisasi. Selain itu, juga untuk terlibat secara langsung pelaksanaan *event* yang dilakukan oleh PERHUMAS mulai dari *pre-event* sampai *post-event*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang selama 3 bulan, terhitung sejak 29 Agustus 2016 sampai dengan 22 November 2016 bertempat di Sekretariat Badan Pengurus Pusat PERHUMAS . Jam kerja yang diberikan oleh PERHUMAS selama kerja magang adalah sebagai berikut :

Hari kerja : Senin-Selasa-Kamis-Jumat

Masuk kerja : pukul 09.00

Selesai kerja : pukul 17.00

Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis ditempatkan sebagai *Intern* di Bidang Komunikasi dan Publikasi BPP Perhumas. Pemberian tugas serta bimbingan lapangan dilaksanakan oleh *Executive Secretary* BPP Perhumas yaitu Ibu Anggia Bahana Putri.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

1. Proses Administrasi Kampus

Penulis mengisi formulir pengajuan kerja magang yang kemudian diproses menjadi Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02) yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

2. Proses Pengajuan Kerja Magang dan Pelaksanaan Kerja Magang

a. Penulis mengajukan *Curriculum Vitae* (CV), Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02), transkrip nilai serta *application letter* kepada BPP Perhumas.

b. Pihak BPP Perhumas secara langsung menghubungi penulis pada 23 Agustus 2016, untuk memberikan pemberitahuan mengenai jadwal wawancara.

c. Penulis mengikuti proses wawancara di Sekretariat BPP pada 24 Agustus 2016.

d. Penulis dinyatakan diterima untuk bekerja di Sekretariat BPP Perhumas, ditandai dengan pemberian surat pernyataan penerimaan kerja magang.

e. Penulis menyerahkan surat penerimaan kerja magang kepada BAAK Universitas Multimedia Nusantara yang selanjutnya diproses menjadi dokumen kelengkapan kerja magang mahasiswa.

f. Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis wajib mengisi kartu kehadiran kerja magang dan laporan realisasi kerja magang setiap minggunya.

g. Setelah selesai menjalani praktik kerja magang, penulis menyerahkan formulir penilaian kerja magang kepada pembimbing lapangan dan dikembalikan kepada penulis dalam keadaan tersegel.

Setelah praktik kerja magang selesai, penulis diwajibkan untuk membuat laporan kerja magang. Laporan tersebut berisikan mengenai tujuan kerja magang, kedudukan atau posisi penulis, tugas-tugas yang telah dilaksanakan oleh penulis serta tanggung jawab apa saja yang harus dilaksanakan oleh penulis. Selama penulisan laporan magang, penulis mendapat bimbingan dari dosen pembimbing praktik kerja magang. Laporan yang nantinya disetujui oleh dosen pembimbing akan diajukan untuk diuji dalam sidang magang sebagai bentuk tanggung jawab telah menyelesaikan praktik kerja magang.

