



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

Di dalam menjalankan kegiatan perusahaan. Public Relations merupakan bagian penting dalam membentuk rancangan dan pelaksanaan proses kegiatan perusahaan yang baik. Dalam hal ini komunikasi merupakan jembatan antara perusahaan dengan perusahaan lainnya untuk menjalin kerja sama dan membangun hubungan yang baik antara satu sama lain. Dalam membangun kerja sama yang baik juga diperlukan koordinasi yang baik antar karyawan baik internal maupun eksternal. Di PT. PowerPR Asia Pacific, peran PR sangat penting dalam keberlangsungan kegiatan pekerjaan. Perusahaan yang bergerak dalam bidang *PR Agency* ini sudah menerapkan kegiatan PR dalam menangani klien perusahaan di tempat lain. PowerPR mengatur para karyawan dalam menghadapi para client yang merupakan stakeholders perusahaan.

Public Relations (PR) merupakan salah satu bagian penting dalam menjalankan suatu kegiatan Perusahaan. Melalui *public relations* perusahaan dapat memperoleh publikasi secara meluas dan membangun “*public awareness*”. *Public Relations* berperan dalam menjembatani antara perusahaan dengan *Stakeholder*, kemudian juga berperan sebagai *spokesperson* dari perusahaan dan bertugas untuk memonitor perkembangan perusahaan serta para *Stakeholder* baik internal maupun eksternal. *Public Relations* berperan efektif dalam membangun relasi yang baik antara Perusahaan dengan *stakeholder*, peran PR yang efektif

akan menciptakan *goodwill* bagi perusahaan yang digunakan untuk menjaga eksistensi perusahaan di mata publik.

Dalam mencapai tujuan tersebut dibutuhkan sebuah lembaga atau divisi yang khusus untuk beroperasi dalam ranah tersebut. Lembaga atau divisi tersebut dikenal dengan sebutan *public relations* yang memiliki fungsi utama untuk menjembatani Perusahaan kepada para *stakeholders* baik publik serta pihak dalam dan di luar Perusahaan.

Menurut para pakar, hingga saat ini belum terdapat konsensus mutlak tentang definisi dari PR. Ketidaksepakatan tersebut disebabkan oleh beragamnya definisi *public relations*. Dr. Rex Harlow (Ruslan, 2016, h. 16) mendefinisikan public relations adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama serta melibatkan management dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu management untuk mampu menanggapi opini publik, mendukung management dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Menyusun definisi dari *public relations* adalah suatu permainan yang dapat dimainkan berulang-ulang. Perintis pendidikan public relations, Rex Harlow pernah menyusun sekitar lima ratus definisi public relations.

Harlow (dikutip dalam Umam, 2012, h. 103) melihat definisi itu beragam, dari yang sederhana sampai yang rumit. Beberapa definisi yang lebih ringkas adalah:

1. Penampilan bagus dihargai masyarakat
2. PR adalah singkatan *performance*-penampilan dan *recognition*-pengakuan
3. Bekerja dengan baik, sehingga mendapat pujian
4. Tindakan yang diambil untuk menunjang hubungan yang menguntungkan dengan masyarakat umum
5. Usaha-usaha organisasi untuk mendapatkan kerja sama dari sekelompok orang

Power PR Christovita Wiloto & Partners (PT PowerPR Asia Pacific) merupakan salah satu konsultan PR yang menyediakan jasa kegiatan Public Relations yang berupa *media relations*, *strategic communication*, *crisis management*, *event management*, dan lain sebagainya. Didirikan oleh Christovita Wiloto yang merupakan bagian dari perusahaan Wiloto Corp dan sudah menangani lebih dari tujuh puluh klien di lima negara lebih dari tiga belas tahun. (PowerPR. 2011. Diakses pada 25 September 2017. <http://www.powerpr.co.id/>)

Kegiatan Public Relations yang dilakukan di PowerPR adalah menggunakan *media monitoring* sebagai *tools* dalam memberikan jasa layanan kepada klien. *Media monitoring* digunakan sebagai fungsi sebagai jaringan yang menghubungkan perusahaan dengan para stakeholders-stakeholdersnya baik internal maupun eksternal. Kemudian juga dalam melakukan suatu kegiatan

diperlukan rancangan strategi komunikasi yang jitu dalam merancang sebuah event, karena itu membutuhkan jasa PR dalam membuat dan mengurutkan langkah-langkah yang perlu dilakukan dari tahap awal sampai tahap akhir yaitu dengan melakukan evaluasi dalam menganalisis keberhasilan program kegiatan yang dijalankan tersebut.

Kemudian peranan *crisis management* juga penting bagi setiap perusahaan. Krisis dapat terjadi kapan saja dan dimana saja, sehingga dapat semakin memperburuk keadaan bila tidak ditangani dengan baik. Tugas PR adalah untuk mengelola krisis dan melakukan persiapan secara matang dimulai dari *pre-crisis*, *crisis*. Sampai *post-crisis*. PR merancang *code of conduct* yang digunakan sebagai pedoman kegiatan yang harus dilakukan oleh pihak internal dalam menangani krisis. Strategi komunikasi menjadi kunci utama dalam melakukan kegiatan Public Relations di PT PowerPR Asia Pacific. Tanpa adanya perencanaan yang matang, maka kegiatan komunikasi dengan sesama tidak dapat berjalan dengan baik.

Salah satu kegiatan yang dilakukan di PowerPR adalah membuat event management. PR juga ikut serta membantu klien dalam launching event serta menuangkan ide acara yang dilakukan oleh klien perusahaan. Selama proses event berjalan PR bertugas untuk mengerjakan laporan serta mengumpulkan data-data dan ketentuan sesuai keinginan klien dalam menjalankan event yang mereka adakan, seperti mengundang media, *press release*, meeting dengan klien, *quick report*, dan lain sebagainya.

Penulis akhirnya memutuskan untuk dapat terjun langsung dalam ranah PR yang memberikan pengalaman kerja PR di lapangan, yaitu di perusahaan PowerPR yang berlokasi di Foresta Business Loft 2 BSD City. Penulis ingin ikut serta dan merasakan berada di dalam lingkup PR serta apa saja yang dikerjakan seorang PR pada praktiknya di lapangan.

Penulis mengambil topik laporan mengenai PowerPR karena penulis mengetahui bahwa PowerPR merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang PR di daerah Tangerang, serta pekerjaan yang dilakukan di PowerPR secara keseluruhan mencakup bidang *service consultant* dan strategi komunikasi dalam berhubungan dengan para *stakeholders* perusahaan baik klien maupun media.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Mengikuti program kuliah kerja magang di PowerPR guna mengaplikasikan pendidikan PR yang diterima oleh penulis selama empat tahun menjalankan perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara. Dengan mengikuti program kerja magang ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan lebih memahami kerja PR. Tujuan penulis mengikuti program kerja magang antara lain:

1. Mengetahui tugas-tugas yang dikerjakan oleh PR di perusahaan
2. Memahami teknik kerja PR dalam menjalankan pekerjaan yang berhubungan dengan klien
3. Memberikan gambaran serta wawasan yang luas mengenai PR

4. Mendalami fungsi penting strategi komunikasi dan *media monitoring* yang digunakan sebagai faktor kunci kegiatan PR

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan kerja magang sebagai PR officer di PowerPR dilakukan selama 3 bulan lamanya, sejak senin, 5 Juni 2017 – 5 September 2017. Durasi kerja dalam sehari adalah sembilan jam yang dimulai dari pukul 08.30 pagi hingga jam 17.30 sore hari. Peraturan di kantor adalah mengenakan pakaian yang rapi dan sopan, diperbolehkan casual memakai *jeans* hitam dan sepatu kerja warna hitam atau putih. Dalam kurun waktu tiga bulan, penulis bekerja sebagai PR Officer dalam kapasitas *intern*, dibimbing oleh Mexson Sitompul selaku Direktur di PowerPR.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Penulis mengikuti *briefing* magang yang diadakan Fakultas Ilmu Komunikasi.
2. Penulis mengisi formulir KM-01 untuk mendapatkan persetujuan mengajukan kerja magang di PowerPR
3. Setelah ditanda tangani oleh ketua kaprodi dan mendapat formulir KM-02, penulis menyerahkan form KM-02, foto full body, serta *Curriculum Vitae* (CV) kepada PowerPR melalui *e-mail* HRD untuk mengajukan kerja magang.

4. Melakukan interview di kantor PowerPR dengan membawa surat pengantar serta berkas-berkas yang diminta untuk dibawa.
5. Setelah diterima untuk melakukan kerja magang di PowerPR, penulis mendapatkan surat pernyataan resmi yang menyatakan bahwa penulis resmi diterima dan dikontrak selama tiga bulan mulai 5 Juni 2017.
6. Menukarkan surat pernyataan resmi dari PowerPR kepada BAAK untuk mendapatkan formulir KM-03 sampai KM-07.
7. Melengkapi kartu kerja magang dan formulir kehadiran selama masa kerja magang berlangsung yang ditandatangani oleh pembimbing lapangan setiap per minggu.
8. Melakukan koordinasi dan konsultasi dengan dosen pembimbing terkait pembuatan laporan kerja magang yang akan dibuat.

