



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.

LAPORAN KERJA MAGANG
AKTIVITAS MEDIA RELATIONS
DI PT INTERMATRIX INDONESIA
DALAM MENANGANI KLIEN FORD FOUNDATION



Nama : Rico Trisnadi
NIM : 13140110256
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Public Relations

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2017

PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG
AKTIVITAS MEDIA RELATIONS
DI PT INTERMATRIX INDONESIA
DALAM MENANGANI KLIEN FORD FOUNDATION

Oleh

Nama : Rico Trisnadi
NIM : 13140110256
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Public Relations

Tangerang, 23 Januari 2017

Pembimbing



Nugroho Putranto Pratomo, S.Si., M.Si.

Penguji



Dr. Bertha Sri Eko M., M. Si.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Bertha Sri Eko M., M. Si.

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Dengan ini saya:

Nama : Rico Trisnadi

NIM : 13140110256

Program Studi : Public Relations

Menyatakan benar bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang:

Nama Perusahaan : Intermatrix Indonesia

Divisi : *Junior Public Relations Consultant*

Alamat : Pusat Niaga Duta Mas Fatmawati Blok C2 No. 19
Jalan RS. Fatmawati No. 39, Jakarta 12150

Periode Magang : 1 September 2016-30 November 2016

Pembimbing Magang : Erna Indriana

Laporan kerja magang ini merupakan hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya telah saya cantumkan di daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 14 Desember 2016

Rico Trisnadi

ABSTRAK

Dunia bisnis di Indonesia semakin lama semakin berkembang dengan sangat cepat di semua jenis industri yang akhirnya membuat persaingan di antara perusahaan semakin cepat dan ketat. Perusahaan pun semakin dituntut untuk membuat produk, jasa, ataupun pesan-pesan dalam bentuk kampanye terkait isu tertentu dan menyampaikannya kepada konsumennya melalui pesan yang tepat. Perusahaan dan organisasi sadar bahwa dibutuhkan peran divisi *public relations* untuk dapat memenuhi kebutuhan teknik berkomunikasi bagi perusahaan agar pesan mereka dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Pentingnya komunikasi pun tidak hanya dirasakan oleh organisasi yang berorientasi pada *profit*, tetapi organisasi *nonprofit* juga memerlukan kemampuan organisasi yang baik untuk menyampaikan pesan mereka kepada masyarakat terkait dengan isu-isu publik yang terjadi.

Ford Foundation adalah salah satu lembaga atau organisasi *nonprofit* yang memiliki kepentingan untuk menyampaikan isu-isu publik kepada masyarakat terutama mengenai isu lingkungan. Ford Foundation merupakan lembaga *nonprofit* yang terpisah dari Ford Motor Company yang telah memainkan peran penting dalam memperkuat masyarakat sipil di Indonesia. Melalui kemitraan, Ford Foundation telah mendukung beberapa generasi pemimpin yang memperjuangkan keadilan sosial. Fokus utama dari Ford Foundation adalah perlindungan sumber daya tanah dan air berbasis komunitas, pengembangan usaha mikro untuk perempuan, serta lingkungan dan dukungan bagi organisasi masyarakat sipil yang sedang berkembang.

Di dalam Public Relations sendiri memiliki banyak aktivitas, khususnya saat menjelang diselenggarakannya event. Salah satu aktivitas PR yang penting dan paling sering dilakukan adalah *media relations*. *Media relations* memegang peranan yang sangat penting dalam setiap kegiatan atau aktivitas dari *public relations*. Hal ini dikarenakan *media relations* memiliki peran krusial bagi perusahaan seperti untuk memperoleh publisitas di media terkait dengan isu yang sedang dihadapi oleh perusahaan, mendapatkan *tone* yang positif di media terkait isu yang dihadapi perusahaan, dan mendapatkan reaksi yang positif dari masyarakat terhadap perusahaan terkait dengan isu yang dihadapi perusahaan. Ford Foundation sebagai salah satu organisasi *nonprofit* yang terpisah dari Ford Motor Company juga menyadari bahwa diperlukan peran *media relations* yang baik agar setiap program yang dijalankan oleh organisasi yang berada di bawah naungan dari Ford Foundation dapat terliput dengan baik oleh media dan mendapatkan *tone* pemberitaan serta respon yang positif dari masyarakat.

Kata Kunci : *Public Relations, Media Relations, Ford Foundation, Perubahan Iklim, Intermatrix Communications.*

KATA PENGANTAR

Tiada kata yang dapat melukiskan rasa bahagia saat meletakkan tanda titik terakhir pada naskah laporan magang ini selain ucapan syukur yang tak terhingga kepada Sang Pencipta ilmu Pengetahuan karena penulis dapat menyelesaikan laporan magang yang berjudul “*Aktivitas Media Relations di PT Intermatrix Indonesia Dalam Mengani Klien*”.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada PT Intermatrix Indonesia yang telah mengizinkan penulis untuk menjalani praktik kerja magang selama tiga bulan. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dari awal hingga akhir penulisan laporan magang ini yaitu:

1. Kedua Orang tua dan kakak penulis yang selalu memberikan dukungan dan motivasi bagi penulis untuk dapat menyelesaikan laporan magang penulis,
2. Nugroho Putranto Pratomo, S.Si., M.Si., selaku dosen pembimbing yang tanpa lelah mendukung dan membimbing penulis untuk menyelesaikan laporan magang penulis,
3. Wimar Witoelar, selaku *chairmani* PT Intermatrix Indonesia yang telah memberikan banyak pengalaman berharga bagi penulis mengetahui segala hal yang dibutuhkan untuk menjadi seorang praktisi public relations yang handal,
4. Erna Indriana, selaku CEO PT Intermatrix Indonesia yang telah mau menerima penulis untuk menjalani praktik kerja magang di Intermatrix Indonesia dan telah membimbing penulis selama menjalani masa kerja magang di Intermatrix Communications,
5. Hayatudin Mansyur, selaku *Research and Media Relations Director* yang telah menerima penulis untuk dapat menjalani program kerja magang di Intermatrix Communication,

6. Semua Staf di Intermatrix Communication yang telah berbagi pengalaman dan masukan dengan penulis mengenai dunia public relations selama penulis menjalani praktik kerja magang,
7. Nathassya, Zulfa, dan Saskia, sebagai teman dalam menjalani praktik kerja magang yang telah bersama-sama dengan penulis berbagi pengalaman dalam bekerja di Intermatrix Communication, dan
8. Teman-teman yang telah mendukung dan membantu penulis untuk menyelesaikan laporan kerja magang penulis.

Semoga bagi para pembaca laporan magang ini dapat terinspirasi dan menambah informasi seputar ruang lingkup pekerjaan seorang praktisi public relations secara lebih mendalam.

Tangerang, 14 Desember 2016

Rico Trisnadi

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

	Hlm.
DAFTAR ISI	
HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	
Gambar 2.1 Logo Perusahaan.....	11
Gambar 2.2 Struktur Organisasi	19
DAFTAR TABEL	
Tabel 2.1 Daftar Klien Perusahaan.....	15
Tabel 3.1 Keterlibatan Penulis dengan Klien	22
Tabel 3.2 Laporan Mingguan Realisasi Kerja Magang.....	25
Tabel 3.3 Rangkuman Realisasi Kerja Magang	38
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
BAB 2 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Profil Perusahaan	8
2.1.1 Identitas Perusahaan	8
2.1.2 Profil Perusahaan	8
2.1.3 Lokasi Kantor	9
2.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	10
2.1.5 Logo Perusahaan.....	11
2.1.6 Layanan Jasa Perusahaan.....	11
2.1.7 Klien PT Intermatrix Indonesia	12
2.1.8 Struktur Organisasi Perusahaan.....	19

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait.....	19
BAB 3 PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	21
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	21
3.2 Tugas yang Dilakukan	23
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	39
3.3.1 Media Relations	39
3.3.2 <i>Online Public Relations</i>	49
3.4 Kendala Kerja Magang	51
3.5 Solusi	51
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	46
4.1 Kesimpulan.....	52
4.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	
1. Form KM-03	
2. Form KM-04	
3. Form KM-05	
4. Form KM-06	
5. Form KM-07	
RIWAYAT HIDUP	

