



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

Pada umumnya, tugas dari seorang Public Relations adalah menjembatani perusahaan dengan *stakeholders*-nya untuk membantu citra dan reputasi yang baik bagi perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih mudah dalam mencapai tujuannya dengan fungsi dan peran yang dimiliki PR. Namun, sampai saat ini, masih banyak perusahaan yang tidak memiliki divisi PR secara khusus dalam struktur organisasi. Padahal untuk menjalankan fungsi manajemen dan peran strategisnya, divisi PR harus memiliki posisi strategis dengan pengambil keputusan dalam suatu perusahaan dan sumber daya yang memadai. Tetapi sering kali pada kenyataannya hal itu sangat berbeda. Dalam sebuah perusahaan, divisi PR seringkali berada di bawah divisi pemasaran dan promosi. Hal lainnya yaitu divisi PR memang berdiri dalam divisi sendiri tetapi tidak memiliki sumber daya yang cukup sehingga mengalami kendala di dalam menjalankan fungsi dan peran.

Hal-hal di atas yang kemudian menjadikan beberapa perusahaan sadar akan pentingnya PR kemudian menggunakan jasa agensi PR untuk menopang fungsi dan peran PR yang tidak atau kurang dimiliki dalam internal perusahaan. Konsultan atau agensi PR merupakan sebuah organisasi bisnis khusus dalam bidang jasa konseling, kreatif, dan komunikasi kepada klien yang ingin menjalankan kegiatan PR (Reddy, 2009, h.76). Pengertian lain, agensi PR adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang PR dan dapat menyediakan jasa komunikasi bagi sebuah perusahaan. Ciri-ciri konsultan adalah memiliki kemampuan khusus dan berada di luar organisasi (Markham, 2004, h.1).

Dalam menyediakan jasa konseling, kreatif, dan komunikasi kepada klien, agensi PR pun terbagi lagi menjadi beberapa jenis, yakni *Full Services Agencies*, *Specialized Agencies*, dan *In-house PR*. Ketiganya dibedakan menurut ruang lingkup, jenis jasa, dan spesialisasi kasus yang ditangani oleh agensi PR tersebut. Pada praktiknya, agensi PR memiliki sifat-sifat tertentu, artinya ada agensi yang hanya menyediakan jasa konsultatif sehingga terbatas sebagai konsultan PR, ada

yang menyediakan layanan eksekusi hingga tuntas bahkan ada pula yang menyediakan layanan jasa konsultasi, eksekusi, sampai evaluasi (Tymorek, 2004, h.18). Semakin ke sini, eksistensi agensi PR sendiri sudah cukup dikenal di dunia Internasional dan Indonesia.

Begitu banyak agensi PR di Indonesia, baik lokal maupun multinasional. Tentunya setiap agensi memiliki struktur, jenis, dan spesialisasi tersendiri dibandingkan dengan yang lain. Klien yang dimiliki pun tentu berbeda-beda, sesuai bagaimana cara kerja agensi PR yang dibutuhkan klien tersebut. Sama dengan penyebutan nama jabatan atau posisinya. Layaknya sebuah perusahaan pada umumnya, setiap posisi yang dijabat tentu memiliki tanggung jawab dan *job description* yang berbeda. Dalam agensi PR ini, penulis mendapat kesempatan untuk melaksanakan program kerja magang sebagai Account Executive di Ogilvy Public Relations Jakarta, Indonesia. OPR sendiri merupakan salah satu unit bisnis dari Ogilvy & Mather Indonesia. Sejak berdiri tahun 1972 di Jakarta, Ogilvy Public Relations mampu mempertahankan posisinya sebagai 10 agensi PR terbaik di Indonesia dan juga secara global sampai sekarang.

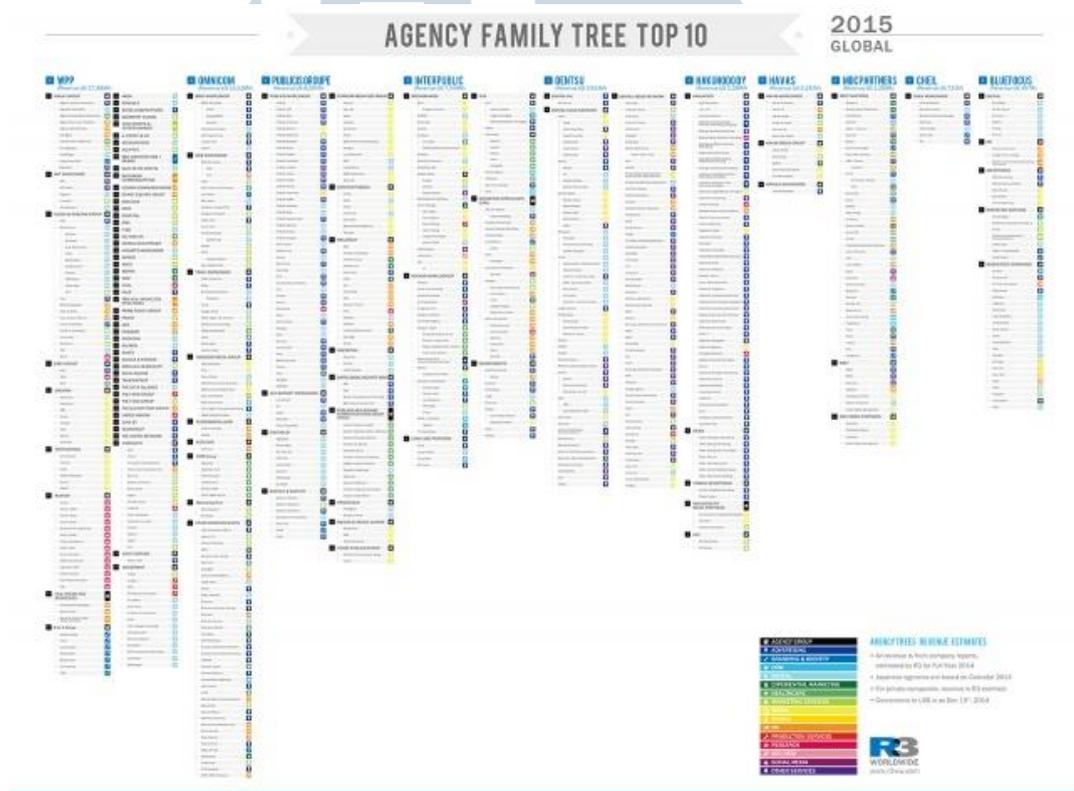
Gambar 1.1 Top 10 Global Pr Agency

2016	2015	Agency	HQ	Fee Income 2015 (\$)	Fee Income 2014 (\$)	Growth (Constant Currency)
1	1	Edelman ¹	USA	854,576,000	812,000,000	5.2%
2	2	Weber Shandwick ²	USA	775,000,000	720,000,000	7.6%
3	3	FleishmanHillard ³	USA	570,000,000	580,000,000	-1.7%
4	4	Ketchum ⁴	USA	530,000,000	515,000,000	2.9%
5	6	Burson-Marsteller ⁵	USA	480,000,000	477,000,000	0.6%
5	5	MSLGroup ⁶	France	480,000,000	482,000,000	-0.6%
7	7	Hill+Knowlton Strategies ⁷	USA	385,000,000	380,000,000	1.3%
8	8	Ogilvy PR ⁸	USA	347,000,000	321,000,000	8.1%
9	14	BlueFocus ⁹	China	245,055,843	179,214,216	36.7%
10	9	Golin	USA	227,000,000	213,500,000	6.3%

(sumber: www.holmesreport.com)

Sedangkan menurut R3 Global Agency Family Tree, WPP atau Wire and Pipe Plastic Product, induk perusahaan dari Ogilvy & Mather masih menempati peringkat pertama secara global untuk tahun 2015 dan peringkat kedua se-Asia Pasifik untuk tahun 2016, bersaing dengan perusahaan yang bergerak di bidang PR dan Advertising lainnya.

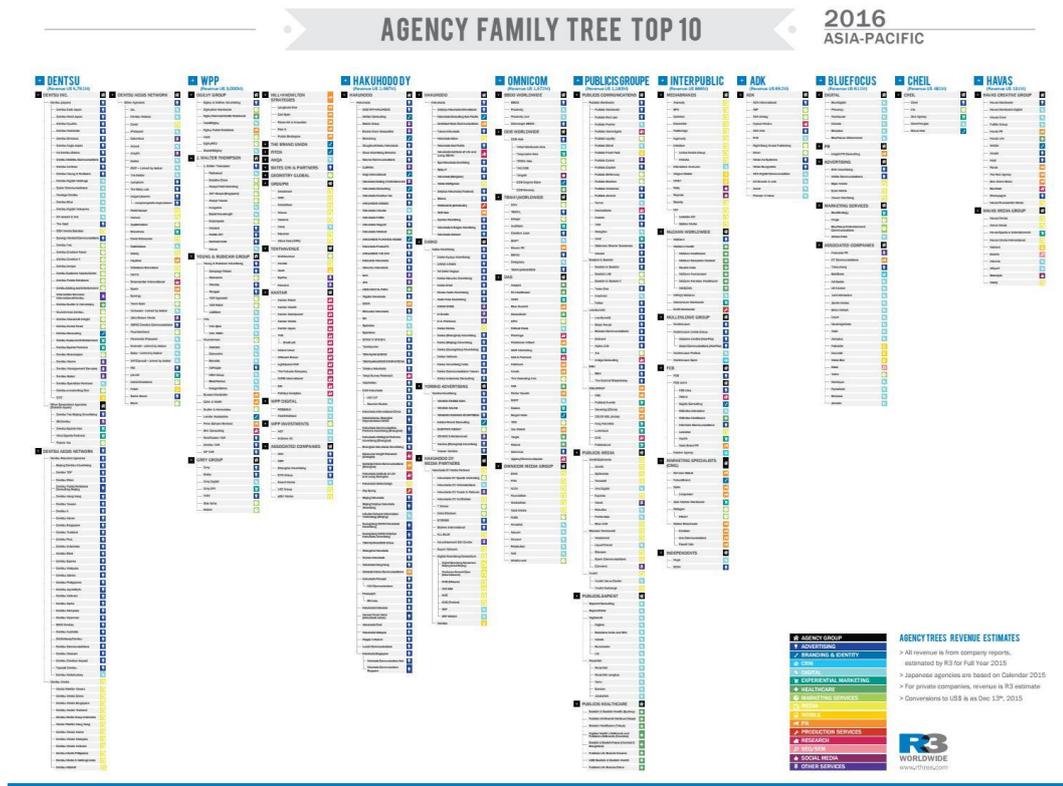
Gambar 1.2 Top 10 Global Agency 2015



UNIVERSITAS
 (sumber: www.rthree.com)
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

Hal ini yang lantas membuat penulis ingin dapat menjalankan praktik kerja magang dan mengetahui bagaimana salah satu perusahaan terbaik di dunia bekerja dalam memenuhi program komunikasi klien. Ditambah lagi dengan lingkungan kerja yang sangat nyaman dan modern sehingga semakin mendukung setiap karyawannya untuk dapat bekerja secara optimal.

Gambar 1.3 Top 3 Asia-Pacific Agency 2016



(sumber: www.rthree.com)

1.2 Tujuan Kerja Magang

Pada kesempatan kerja magang ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk bekerja di Ogilvy Public Relations Jakarta, salah satu agensi PR dengan jaringan internasional yang berpusat di New York. Ogilvy Public Relations masuk ke dalam agensi PR terbaik ke-8 di dunia versi Holmes Report dengan hasil *project* dari klien-klien ternama.

Tujuan melakukan kerja magang selama empat bulan ini adalah untuk mengetahui aktivitas dan ruang lingkup yang dilakukan oleh *Account Executive* di Ogilvy Public Relations Jakarta.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan praktik kerja magang di Ogilvy Public Relations Jakarta yang berlokasi di Gedung Sentral Senayan III, Lantai 11, Jalan Asia

Afrika No. 8, Gelora Bung Karno, Jakarta Pusat, 10270. Waktu pelaksanaan kerja magang dilakukan selama kurang lebih empat bulan, terhitung mulai dari 10 Juni sampai dengan 1 Desember 2016. Sementara itu, jam kerja selama proses kerja magang adalah Senin sampai Jumat pukul 09.00 – 18.00. Namun, bekerja di agensi memerlukan fleksibilitas waktu sehingga apabila ada acara yang terjadi di luar jam kerja, penulis sebagai pekerja magang juga beberapa kali diikutsertakan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum memulai praktik kerja magang, penulis menjalankan sejumlah prosedur, pertama adalah pembekalan magang dan skripsi yang diadakan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara pada 10 Mei 2016 di Student Lounge UMN untuk mendapatkan panduan mengenai cara-cara dan syarat yang disetujui dalam pengajuan kerja magang.

Berhubung pada saat itu penulis sudah mendapatkan tempat kerja magang lantaran memenangkan sebuah lomba yang menghadiahkan kesempatan magang, penulis dapat langsung memproses administrasi yang dibutuhkan untuk diserahkan ke Ogilvy Public Relations. Pengajuan permohonan kerja magang (Form KM-01) dan surat pengantar kerja magang (KM-02) kepada ketua program studi lebih ditujukan sebagai bentuk persetujuan dari Kepala Program Studi untuk melakukan kerja magang di perusahaan terkait, agar dapat langsung diberikan bersamaan dengan *Curriculum Vitae* dan *Cover Letter* untuk diserahkan ke pihak HRD perusahaan tempat penulis melakukan kerja magang.

Penulis mulai melakukan kerja magang pada 10 Agustus 2016, setelah mendapatkan surat pernyataan yang dikirimkan lewat surat elektronik dari HRD Ogilvy Public Relations Jakarta yang kemudian penulis serahkan kepada BAAK dan program studi untuk ditukarkan dengan KM-03 sampai 07 yang dilengkapi seiring dengan proses magang berlangsung. Penulis pun mulai melakukan praktik kerja magang pada hari yang telah ditentukan sebagai *Account Executive*.

Dalam proses pengerjaan laporan magang, pihak program studi menunjuk satu dosen pembimbing untuk memberikan arahan dalam menyusun laporan magang. Mendekati akhir masa kerja magang, penulis mulai berkonsultasi dengan dosen pembimbing dalam penyusunan laporan kerja magang.