



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
PENERAPAN PRAKTIK PUBLIC RELATIONS
MCM Media Networks



Nama : Winna Wijaya
NIM : 09120110011
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Public Relations

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2012

ABSTRAKSI

Public Relations adalah fungsi khas manajemen yang mendukung pembinaan dan membangun upaya saling menguntungkan melalui komunikasi agar diperoleh pengertian, penerimaan dan kerjasama yang baik antara organisasi dengan publiknya. Disini penerapan praktik *Public Relations* sebagai mediator dalam hal ini menjadi komunikator/menunjang proses komunikasi dan kegiatan pemasaran.

PR merupakan proses komunikasi yang dilakukan sebuah organisasi dengan berbagai publiknya. *Domain* peranan PR adalah komunikasi dalam bentuk komunikasi dua arah. Selain itu, *Public Relations* merupakan faktor yang penting di dalam menunjang pemasaran. Praktik *Public Relations* memang berlaku untuk menghubungkan antara perusahaan dengan pihak yang akan mengadakan *deal* atau kerjasama dengan perusahaan tersebut.

Dalam menjalankan penerapan praktik PR, penulis menyimpulkan bahwa praktik PR merupakan proses komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dari tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama serta pemenuhan kepentingan bersama. Praktik PR dalam menunjang kegiatan pemasaran telah menjadi alat komunikasi yang cukup berperan baik untuk menciptakan citra maupun menciptakan laba perusahaan.

Penerapan praktik PR menjadi sesuatu yang tidak bisa dipisahkan dengan teknologi komunikasi baru yang bernama *internet*. Selain dengan perkembangan jaman dan teknologi, *Public Relations* menggunakan *internet* untuk memperoleh data, menganalisis *target audience*, berinteraksi dengan konsumen dan *media monitoring*. Terlihat bahwa setiap pengerjaan yang dilakukan oleh penulis diawali dengan menggunakan *internet* untuk mengidentifikasi (eksplorasi data, analisis situasi dan identifikasi masalah), konseptualisasi (eksplorasi konseptual, sintesis, dan gagasan), serta implementasi (eksplorasi praktis, implementasi dan perencanaan).

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur atas segala rahmat dan karunia-Nya yang dilimpahkan kepada penulis, hingga dapat terselesaikannya laporan magang ini, yang merupakan tugas dan kewajiban penulis dalam rangka prasyarat penyusunan skripsi, sekaligus melengkapi kegiatan *internship* yang diadakan pada semester tujuh di Universitas Multimedia Nusantara. Penyusunan laporan kerja Magang ini didasarkan atas kerja magang yang dilakukan oleh penulis di MCM Media Networks selama 2 bulan.

Selama melakukan kerja magang di MCM Media Networks, penulis ditempatkan didalam divisi *Public Relations*. Sebagai mahasiswi jurusan Komunikasi dengan konsentrasi *Public Relations* (PR), penulis menggunakan peran PR sebagai fungsi manajemen dan praktik PR dalam membuat strategi perencanaan dalam beberapa proyek.

Selanjutnya dalam rangka penyusunan laporan magang ini penulis banyak mendapatkan petunjuk, bimbingan, dan pengarahan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Yth. Bapak Dodit Waluyo selaku *Chief of Operational* MCM
2. Yth. Ibu Ade Meylie selaku pembimbing lapangan MCM (*Business and Development Manager*)
3. Yth. Ibu Bertha Sri Eko selaku Kaprodi Ilkom UMN
4. Yth. Bapak Yudhie Setiawan selaku dosen pembimbing magang
5. Yth. Ibu Dian Anggraeni selaku dosen penguji siding magang
6. Rekan-rekan mahasiswa Ilmu Komunikasi UMN yang telah membantu dan memberikan dorongan kepada penulis, sehingga laporan magang ini dapat selesai.

Dalam penyelesaian laporan magang ini tentulah tidak lepas dari kesulitan dan hambatan, sehingga laporan ini masih jauh dari sempurna dan untuk ini penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Akhir kata, penulis berharap agar laporan magang ini dapat bermanfaat bagi pembacanya. Sekian dan terima kasih.

Tangerang, 2012



UMMN

Daftar Isi

Abstraksi.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi.....	iii
Sistematika Penulisan.....	vi
Daftar Tabel / gambar	vii
Bab 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
Bab II Gambaran Umum Perusahaan	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.2 Budaya Perusahaan	9
2.3 Misi dan Visi Perusahaan	10
2.4 Struktur Organisasi	11
Bab III Pelaksanaan Kerja Magang	14
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	14
3.2 Tugas yang Dilakukan	14
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	18

3.3.1	Proses Pelaksanaan Pekerjaan Administratif	18
3.3.2	Proses Pelaksanaan Pekerjaan Non-Administratif	18
3.3.3	Kendala yang Ditemukan	29
3.3.4	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	30
Bab IV	Kesimpulan dan Saran	33
4.1	Kesimpulan	33
4.2	Saran	36
Daftar Pustaka	38
Lampiran	39

UMMN

SISTEMATIKA PENULISAN

Bab 1 Pendahuluan

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang
- 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang
 - 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang
 - 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Bab II Gambaran Umum Perusahaan

- 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan
- 2.2 Budaya Perusahaan
- 2.3 Misi dan Visi Perusahaan
- 2.4 Struktur Organisasi

Bab III Pelaksanaan Kerja Magang

- 3.1 Kedudukan dan Koordinasi
- 3.2 Tugas yang Dilakukan
- 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang
 - 3.3.1 Proses Pelaksanaan
 - 3.3.2 Kendala yang Ditemukan
 - 3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Bab IV Kesimpulan dan Saran

DAFTAR TABEL/GAMBAR

Gambar 1.1 Praktik <i>Public Relations</i>	3
Gambar 2.1 Logo Perusahaan MCM Media Networks.....	8
Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi	11
Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Dalam Website	13
Tabel 3.1 Tugas-tugas Kerja Magang.....	15



UMN