



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 era saat ini, perkembangan Industri media sangatlah pesat terutama dan khususnya dalam ranah tanah air. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya media yang beredar mulai dari media cetak, elektronik, maupun *online*. Dibantu dengan perkembangan teknologi pada saat ini juga turut memberikan kontribusi dalam lahirnya berbagai perusahaan media dalam tanah air seperti MNC, Trans, Metro TV, SCTV, RCTI, Beritasatu dan sebagainya.

Beritasatu Media Holdings adalah salah satunya yang menjadi pelaku industri media tanah air. Perusahaan ini merupakan bagian dari Lippo Group.

Setiap perusahaan maupun organisasi memerlukan peranan *Public Relations* atau yang biasa disebut dengan PR untuk menciptakan komunikasi yang bersifat dua arah yang berfungsi untuk menjadi perantara antara perusahaan dengan publiknya. Cutlip, Center, dan Broom (2000 dikutip dalam Morisan, 2010, h.7) mendefinisikan *Public Relations* sebagai berikut, “*The planned effort to influence opinion through good character and responsible performance, based on mutually satisfactory two way communication.*” Meskipun perusahaan memerlukan peranan *Public Relations*, kebutuhan *Public Relations* yang diperlukan di setiap perusahaan satu dengan perusahaan yang lainnya dapat berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan perusahaan (Morissan, 2010, h.86).

Beberapa taktik yang digunakan *Public Relations* untuk mencapai *objektif* yang diinginkan perusahaan atau organisasi adalah dengan mengadakan *press conference*, membuat *press release*, mengadakan *event*, dan menyediakan *exclusive interview* (McCartney, 2010, h. 314-315). Beritasatu Media Holdings menggunakan salah satu taktik di atas yaitu melalui rangkaian *event* yang dilaksanakan oleh

perusahaan. Tujuan dari adanya pelaksanaan *event* merupakan langkah untuk menjadi dekat dengan *stakeholder* yang berhubungan dengan Beritasatu Media Holdings dan membukakan kesempatan komunikasi *face to face* atau tatap muka secara langsung guna meningkatkan kepercayaan dan terkelola dengan baik dari pesan komunikasi yang bersifat dua arah sehingga *objective* yang dipunyai dapat tercapai. Caroline Black (2009, h. 174) memaparkan penjelasan bahwa pertemuan *face to face* atau bisa dikatakan komunikasi tatap muka dengan tujuan komunikasi dan terhubung dengan aktivitas pemasaran dapat menjadi media yang sangat kuat untuk menyampaikan pesan yang penting kepada *key target audience*. Selain itu, pertemuan *face to face* membantu membangun reputasi dengan cara yang *close up* dan pribadi. Startegi yang dilakukan selain melalui *event* adalah melalui program *sponsorship* dan publikasi. Segala tugas inilah yang menjadi tanggung jawab bagian *Marketing Communication* di Beritasatu Media Holdings.

Keberhasilan perusahaan dalam mengelola pesan komunikasi dua arah dan informasi kepada masyarakat ini yang dapat meningkatkan *image*, reputasi, dan kepercayaan di mata publik. Dengan melihat perkembangan yang sangat penting dari peranan PR yang saat ini tidak bisa dipisahkan lagi bagi perusahaan. Terutama dalam menciptakan *awareness* di masyarakat ini sendiri menjadi suatu hal yang menarik untuk dipelajari. Maka dari itu, penulis memilih untuk mendalami bagaimana pada kenyataannya proses komunikasi dua arah tersebut terjadi melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan terutama dalam industri media dan penulis memilih untuk magang di Beritasatu Media Holdings. Karena, Beritasatu Media Holdings merupakan salah satu perusahaan media tanah air yang besar. Sehingga, penulis tertarik untuk menjadi bagian dalam bagian Beritasatu Media Holdings dan ingin berpartisipasi dalam rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Kerja magang merupakan mata kuliah yang wajib dilaksanakan oleh mahasiswa dan mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara. Dengan adanya mata kuliah

magang ini adalah merupakan sebuah kesempatan bagi mahasiswa dan mahasiswi untuk mengimplementasikan ilmu yang didapat selama perkuliahan dalam dunia kerja. Tujuan dari kerja magang ini adalah mengetahui aktifitas *Marketing Communication* dan *Event Management* Beritasatu Media Holdings. Serta, penulis dapat belajar dengan mempraktekan dan serta mengimplementasikan ilmu yang sudah diperoleh selama perkuliahan melalui praktek kerja secara nyata selama praktek kerja magang dilaksanakan.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang yang dilakukan penulis adalah dari tanggal 3 April – 7 Juli 2017. Marketing Communication di Beritasatu Media Holdings memiliki peraturan yaitu masuk pada hari kerja dari hari Senin sampai Jumat dengan jam 09:30 – 17:00 WIB.

Pakaian yang digunakan bersifat semi formal nampun sopan dan rapih. Beritasatu Media Holdings memiliki peraturan jam masuk yaitu masuk pada hari Senin sampai Jumat pada pukul 09:30 – 17:00 WIB. Namun, jam kerja yang disebutkan tadi bukanlah patokan pasti sebagai jam masuk dan jam pulang. Jika pekerjaan yang dipunyai dirasa masih harus diselesaikan maka jam pulang bisa diundur sesuai dengan selesainya pekerjaan. Penulis saat melakukan praktek magang mendapatkan perubahan jam pulang kerja menjadi Jam 17:30 sesuai dengan peraturan yang dibuat oleh pihak manajemen. Hal ini terjadi dikarenakan sedang berjalannya bulan puasa dan hal ini menjadi kebijakan manajemen dalam merubah jam kerja dalam kantor.

Untuk prosedur pelaksanaan kerja magang, awalnya penulis mengirimkan CV (*Curriculum Vitae*) beserta surat pengajuan magang yang penulis ketik sendiri yang berisikan divisi yang penulis tuju dan harapan yang ingin didapatkan dari pengajuan magang yang dilakukan dalam jangka waktu kurang lebih 3 bulan dan kedua file tersebut dikirimkan kepada HRD Beritasatu Media Holdings.

Lalu, penulis melakukan *interview* dan briefing magang dan penulis mendapatkan hasil diterima untuk magang. Sembari mulai masuk magang sesuai

tanggal yang sudah diberitahukan oleh HRD. Penulis mengajukan KM-1 untuk mendapatkan persetujuan dari Ketua Program Studi. Setelah mendapatkan persetujuan, penulis menunggu KM-2 yaitu berupa surat resmi keterangan praktek magang yang diajukan untuk perusahaan yang dituju.

Setelah mendapatkan KM-2, penulis memberikan KM-2 kepada HRD dan pihak HRD memberikan surat resmi penerimaan magang dari perusahaan. Surat tersebut dikopi sebanyak dua lembar. Satu lembar untuk diberikan ke administrasi prodi dan satunya lagi diberikan kepada BAAK untuk ditukarkan dengan KM-3 sampai KM-7.

Penulis melakukan praktik kerja magang pada tanggal 3 April hingga 7 Juli 2017. Selama magang berlangsung, penulis mengisi KM-4 yaitu form untuk kehadiran kerja magang dan KM-5 yaitu form *jobdesc* realisasi kerja magang.

Di akhir praktik kerja magang, penulis meminta pembimbing lapangan untuk mengisi KM-6 (lembar penilaian kerja magang) dan diserahkan dengan amplop tertutup.

Selama praktek kerja magang berlangsung sampai pada akhir praktek magang, penulis membuat laporan kerja magang yang laporan ini dipergunakan sebagai syarat kelulusan Universitas Multimedia Nusantara, yang dibimbing oleh dosen yang sudah ditentukan.

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA