



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 suatu perusahaan yang bergerak di bidang *Event Organizer*, *Public Relations* merupakan salah satu hal penting yang diperlukan. Tak jarang, perusahaan *Event Organizer* sekarang banyak menekankan bidang tersebut demi eksistensi perusahaannya. Hal ini dipertegas oleh Cutlip, Center dan Broom (2000, h.4) mengartikan *Public Relations* sebagai fungsi manajemen yang menilai sikap – sikap publik, mengidentifikasi kebijakan – kebijakan dan prosuder dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik. Untuk itu fungsi PR termasuk dalam salah satu pondasi bagi perusahaan untuk meraih perhatian publik.

Kriyantono (2008, h.23 – 25) menjelaskan bahwa *Public Relations* memiliki beberapa ruang lingkup tugas berupa aktivitas yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu, yaitu: Pertama, *Publication & Publicity* dalam hal ini seorang *Public Relations* mempunyai tugas untuk mengenalkan perusahaan kepada public. Kedua, *Special Event* merupakan salah satu upaya untuk membentuk citra yang nantinya dapat menciptakan *awareness* terhadap suatu produk ataupun perusahaan. Ketiga, *News* merupakan tugas untuk menyebarkan informasi kepada publik melalui produk – produk tulisan. Keempat, *Community Involvement* merupakan program – program yang ditujukan untuk menciptakan keterlibatan komunitas atau masyarakat sekitar. Kelima, *Identity Media* yaitu biasanya digunakan membina hubungan dengan media karena menjadi salah satu mitra kerja abadi *Public Relations*. Keenam, *Lobbying* yaitu melakukan upaya persuasi dan negosiasi dengan berbagai pihak. Ketujuh, *Social Investment* yaitu membuat program – program yang bermanfaat bagi kepentingan dan kesejahteraan sosial.

Seperti yang telah penulis jabarkan di atas, bahwa terdapat aktivitas *Public Relations* yang berupa *Special Event*, dimana bentuk dari kegiatan ini dapat berupa berbagai macam, salah satunya yaitu dengan mengadakan bazar.

Kegiatan bazar di Indonesia sedang marak diselenggarakan oleh instansi atau suatu lembaga tertentu. Dalam buku Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa bazar adalah pasar yang sengaja diselenggarakan untuk jangka waktu beberapa hari dengan maksud dan tujuan tertentu. Bazar di Indonesia biasanya dimanfaatkan sebagai tempat untuk ajang pengenalan usaha – usaha *start up* yang di miliki oleh masyarakat/ suatu instansi.

PT Garuda Nusantara Kencana sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *Event Organazier*, memiliki program *Special Event* dalam bentuk bazar. Dari setiap acara bazar yang diselenggarakan, PT Garuda Nusantara Kencana sendiri memiliki maksud dan tujuan yang berbeda – beda sesuai dengan tema acara yang diangkat. Adapun tujuan utamanya ialah untuk memberikan sarana kepada wirausaha – wirausaha baru untuk melakukan pengenalan terhadap produknya serta *brand image* kepada *costumer*.

Dalam mengadakan sebuah *special event* yang berupa bazar, pihak perusahaan sebagai penyelenggara memahami bahwa ada hal yang penting yang harus diperhatikan selain menyusun dan membuat sebuah strategi agar sebuah *spesial event* dapat berjalan dengan baik sesuai dengan maksud dan tujuannya. Adapun hal utama yang harus diperhatikan saat ingin menyelenggarakan bazar, yaitu *tenant relation*. *Tenant Relation* merupakan pihak yang bertugas menjadi jembatan penghubung antara pihak penyelenggara dengan *client (tenant)*.

Fungsi dari *tenant relation* memiliki kesamaan dengan fungsi *Customer Relations Management*, dimana tenant tergolong dalam business

to business customer. Baran, Galka, dan Strunk (2008, h.2) menjelaskan bahwa *Customer Relations Management* merupakan strategi *marketing* yang fokus dalam mengelola hubungan serta pengalaman *customer*, dengan memahami kebutuhan dan perilaku membeli *customer*.

Menjalin hubungan yang baik dengan *client (tenant)* merupakan hal yang penting, yang nantinya dapat berdampak positif atas keberlangsungan acara – acara yang akan diselenggarakan selanjutnya. Tujuan dari menjalin *tenant relation* dengan baik, yaitu untuk mendapatkan *loyal customer (existing tenant)* untuk perusahaan, yang nantinya hal tersebut dapat berdampak positif pada pembentukan *brand image* PT Garuda Nusantara Kencana.

Melalui penjabaran di atas, hal tersebutlah yang mendasari penulis untuk memilih melakukan program kerja magang di PT Garuda Nusantara Kencana selama 3 bulan, dalam divisi *Event Project Officer* yang memiliki aktivitas mengurus *Special Event*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Dalam program kerja magang, penulis mendapat kesempatan untuk melakukan program kerja magang di PT Garuda Nusantara Kencana di divisi *Event Project Officer*. Adapun beberapa tujuan yang dimiliki penulis dalam mengikuti program kerja magang di PT Garuda Nusantara Kencana, yaitu: Pertama, sebagai syarat kelulusan mata kuliah *Internship* yang penulis ambil di semester 7. Kedua, mengetahui dan memahami sistem kerja komunikasi dalam divisi *Event Project Officer*. Ketiga, menerapkan ilmu yang telah penulis pelajari selama perkuliahan di tempat kerja magang. Keempat, mengasah kemampuan dalam melakukan kegiatan *Public Relations*, seperti *internal communication*, *external communication*, *lobbying*, *strategic communication*, *customer relation management*, dan *event management*. Kelima, memperluas koneksi dalam dunia pekerjaan, khususnya di dunia *Event Organizer*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Program kerja magang dilaksanakan pada tanggal 5 September 2017 hingga 5 Desember 2017 yang berlangsung selama 3 bulan atau 60 hari kerja di PT Garuda Nusantara Kencana, di divisi *Event Project Officer*. Waktu kerja efektif penulis selama program kerja di PT Garuda Nusantara Kencana adalah 9 jam yang dimulai pada pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 18.00 WIB dan dilakukan selama 5 hari kerja yaitu dari hari Senin hingga Jumat. Selain bekerja di dalam kantor, penulis juga bekerja di hari Sabtu dan Minggu apabila dari perusahaan memiliki acara bazar.

Sebelum penulis memilih untuk melakukan program kerja magang di PT Garuda Nusantara Kencana, penulis sempat memasukan lamaran magang ke beberapa instansi pemerintah dan perusahaan swasta, seperti Kementerian Pariwisata, Kementerian Komunikasi dan Informatika, *Ismaya Group*, dan *PT Panasonic Gobel Indonesia*, namun beberapa halangan sehingga penulis memilih dan diterima untuk melakukan program kerja magang di PT Garuda Nusantara Kencana

Untuk dapat diterima magang di PT Garuda Nusantara Kencana, penulis harus melalui proses wawancara pada tanggal 31 Agustus 2017 oleh Direktur PT Garuda Nusantara Kencana, Aditya Sunur. Pada tanggal 4 September penulis diberi tahu bahwa lolos pada tahap wawancara dan penulis dapat memulai program kerja magang pada tanggal 5 September 2017 hingga 5 Desember 2017.

Berikut merupakan penjabaran dari prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis, yaitu: Pertama, penulis mencari referensi untuk lowongan kerja magang di website perusahaan terkait dan beberapa akun penyedia informasi mengenai lowongan kerja magang. Kedua, penulis mengajukan beberapa berkas sebagai syarat lamaran kerja magang yang berupa CV/ riwayat hidup, transkrip nilai, serta surat

pengantar magang dari Universitas Multimedia Nusantara dan dikirim ke beberapa instansi dan perusahaan swasta yang dituju. Ketiga, penulis diberi kesempatan untuk melakukan wawancara di Kantor PT Garuda Nusantara Kencana yang bertempat di Gedung Sarinah pada tanggal 31 Agustus 2017, dan pada tanggal 4 September 2017 penulis dihubungi mengenai diterimanya penulis untuk program kerja magang di perusahaan. Keempat, pada tanggal 5 September 2017, mulai melakukan program kerja magang dan pada tanggal 12 September 2017 perusahaan baru mengeluarkan surat keterangan telah diterima magang di PT Garuda Nusantara Kencana yang nantinya penulis serahkan ke pihak Universitas Multimedia Nusantara. Kelima, penulis mengambil Form Kartu Kerja Magang (KM03), Form Kehadiran Kerja Magang (KM04), Form Laporan Realisasi Kerja Magang (KM05), Form Penilaian Kerja Magang (KM06), dan Form Tanda Terima Penyerahan Laporan Kerja Magang (KM07) setelah menyerahkan surat keterangan telah diterima magang. Keenam, penulis melakukan program kerja magang selama 3 bulan dan melaksanakan tugas yang diberikan oleh Ibu Aprita Wina, selaku *Operational Manager*. Ketujuh, pada saat hari terakhir, penulis menyerahkan Form Penilaian Kerja Magang (KM06) kepada pembimbing magang untuk mendapatkan penilaian tentang penulis selama proses kerja magang, yang nantinya akan diberikan kepada pihak Universitas Multimedia Nusantara. Kedelapan, penulis melakukan bimbingan magang kepada dosen pembimbing yaitu Ibu Reny untuk membuat laporan kerja magang.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A