



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

Terbentuknya sebuah perusahaan yang baik di mata publik, bukanlah suatu hal yang dijalankan begitu saja. Gambaran atas sebuah perusahaan dapat dimulai dengan komunikasi dan terbentuknya hubungan baik suatu organisasi dengan publiknya. Melalui hubungan tersebut penanaman pengertian, motivasi, dan partisipasi dari publik lama kelamaan akan muncul. Maka dari itu, perusahaan dapat lebih diuntungkan lagi dengan bermunculannya opini publik.

Namun untuk mendapatkan opini publik tidak hanya sebuah hubungan baik yang dimulai dari perusahaan kepada publik atau pun dengan media. Akan tetapi, bagaimana seorang *Public Relations* dapat membentuk sebuah kepercayaan diri perusahaan kepada masyarakat luas. Maka diperlukannya juga sebuah cara untuk membentuk citra dan reputasi perusahaan menjadi lebih baik, dan hal itu pun yang menjadi salah satu kelebihan perusahaan dalam melakukan kegiatannya.

Menurut Susanto (2015, h.1) seorang PR harus mampu dalam menerjemakan visi serta misi perusahaan yang tergambar dalam strategi komunikasi. Selain itu, adanya kontribusi efektif dalam mencapai tujuan perusahaan juga dianggap penting dalam proses berjalannya sebuah organisasi/ lembaga.

Saat ini peran seorang PR cukup meluas hingga ke berbagai jenis perusahaan. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan fungsi PR adalah perusahaan berbasis teknologi. Meluasnya persaingan di dunia teknologi menjadikan peran PR dalam perusahaan sangatlah dibutuhkan. Selain itu, penciptaan hubungan yang baik dan pembentukan citra perusahaan juga menjadi salah satu hal yang penting bagi perusahaan asing yang masuk ke Indonesia.

ASUS merupakan salah satu perusahaan berbasis teknologi yang cukup berkembang di Indonesia. Melalui perkenalannya melalui *notebook*, saat ini ASUS juga mulai muncul dengan produk-produk lainnya. Perusahaan teknologi asal Taiwan ini sekarang fokus pada *notebook*, *pc*, dan *smartphone*.

Menurut Wilcox (2015, h.1) terdapat beberapa fungsi dan tugas seorang Public Relations. Fungsi yang pertama adalah Konseling. Peran *Public Relations* dapat dikatakan sebagai pemberi konseling kepada pihak internal manajemen yang memiliki hubungan dengan berbagai kebijakan serta relasi. Konseling yang dilakukan dapat berupa pemberian saran dan konsultasi seputar masalah yang dialami. Dalam hal ini, konseling juga dilakukan perusahaan untuk membentuk komunikasi yang baik dengan publik.

Fungsi dan tugas kedua adalah Penelitian. Untuk mengetahui perilaku dan sikap yang diberikan publik kepada perusahaan, dibutuhkannya sebuah riset. Fungsi *Public Relations* disini adalah untuk mengolah data-data hasil riset, kemudian data-data tersebut akan dirancang menjadi sebuah strategi komunikasi. Strategi tersebut akan selanjutnya dimanfaatkan untuk meyakinkan publik tentang pentingnya perusahaan bagi mereka.

Fungsi ketiga adalah *Media Relations*. *Public Relations* merupakan bagian dari perusahaan yang berfungsi untuk menyebarluaskan hubungan perusahaan dengan publik. Saat ini, hubungan antara media dan publik pun menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan. Maka dari itu, untuk mencapai komunikasi yang efektif dengan masyarakat luas, media massa merupakan salah satu penghubung yang cukup efektif.

Fungsi keempat adalah Publisitas. Setelah terbentuknya sebuah hubungan dengan media massa, *Public Relations* dapat dengan mudah melakukan kegiatan publikasi. Tujuan dari publisitas ini adalah untuk mengirimkan pesan kepada publik dengan maksud untuk meningkatkan ketertarikan publik kepada perusahaan.

Fungsi kelima adalah *Industrial Relations*. Pada intinya *Public Relations* bertugas dalam membentuk sebuah hubungan yang baik dengan stakeholder. Maka dari itu, dalam pembentukan hubungan antara perusahaan dengan asosiasi usaha juga perlu untuk dijaga dan dipertahankan.

Fungsi keenam adalah *Multicultural Relations/ Workplace Diversity*. Dalam berjalannya sebuah perusahaan, tentunya perusahaan tersebut juga berdiri sebagai lembaga komersial yang harus tanggap terhadap lingkungannya. Maka dari itu, untuk membentuk hal tersebut perusahaan perlu untuk menciptakan hubungan

yang baik dengan individu-individu dari berbagai kelompok golongan dan budaya.

Fungsi ketujuh adalah *Special Events*. Beberapa organisasi/ lembaga memiliki *event* yang melibatkan berbagai *stakeholder*. Dalam pembuatan *event* tersebut, *public relations* bertugas dalam membuat agenda acara yang nantinya disesuaikan dengan target market *event* tersebut.

Fungsi kedelapan adalah *Marketing Communication*. *Public Relations* cukup aktif dalam kegiatan pemasaran juga. Antara kegiatan *Public Relations* dan pemasaran dapat terbentuk sebuah aktifitas yang berfungsi dalam membangun citra publik di kalangan perusahaan.

Melihat dari fungsi dan tujuan *Public Relations* yang dipaparkan. ASUS memiliki beberapa fungsi *Public Relations* yang telah dijalankannya selama beberapa tahun. Beberapa fungsi tersebut diantaranya adalah riset, *media relations*, publisitas, *industrial relations*, *multicultural relations*, *special events*, dan marketing komunikasi.

Dengan menjalankan fungsi-fungsi tersebut divisi *Public Relations* ASUS Indonesia berfokus pada bagaimana pembentukan hubungan yang baik dengan media dan *stakeholder* perusahaan. Kegiatan *monitoring*, *media gathering*, dan *media visit* juga menjadi salah satu strategi yang dimanfaatkan perusahaan berbasis teknologi ini dalam menjalankan perusahaan.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Program kerja magang yang dilaksanakan oleh Universitas Multimedia Nusantara bersifat wajib. Program ini merupakan salah satu prasyarat dalam menuntaskan studi S1 Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi *Public Relations*.

Adapun tujuan dari pelaksanaan Praktik Kerja Magang ini adalah untuk mengetahui aktifitas divisi *Public Relations* di PT. Asusindo Servistama (ASUS Indonesia) terkait dengan aktifitas *media monitoring*, *media visit*, dan *media gathering*, dan *media relations*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan

Penulis berkesempatan untuk melaksanakan Praktik Kerja Magang di PT. Asusindo Servistama (ASUS Indonesia). PT. Asusindo Servistama (ASUS Indonesia) berlokasi di Graha Bulevar C-7 | Jl. Boulevard Raya, Kelapa Gading, Jakarta Utara – 14240. Penulis melakukan Praktik Kerja Magang ini selama tiga bulan, dimulai sejak Senin, 17 Juli 2017 dan berakhir pada Selasa, 17 Oktober 2017. Praktik Kerja Magang dilaksanakan setiap hari Senin sampai Jumat dengan jam kerja pukul 09.00 – 18.00 wib.

1.3.1 Pengajuan

Sebelum kerja magang dimulai, penulis diharuskan untuk mengisi formulir KM-01 sebagai salah satu syarat persetujuan Kaprodi dengan ditandatanganinya surat tersebut. Setelah itu, pihak universitas akan memberikan Surat Pengantar Kerja Magang yang sudah ditandatangani oleh Kaprodi untuk segera diberikan kepada perusahaan sebagai bukti bahwa Praktik Kerja Magang sudah disetujui oleh pihak kampus dan adanya tanggung jawab perusahaan dalam memberikan pengalaman kerja kepada penulis. Setelah perusahaan menerima berkas-berkas seperti CV, Transkrip nilai, dan Surat Pengantar Kerja Magang dan melakukan wawancara, akhirnya penulis dinyatakan bisa melakukan Praktik Kerja Magang dimulai sejak Senin, 17 Juli 2017.

1.3.2 Tahap Pelaksanaan

Selama magang berlangsung, pihak perusahaan tempat pelaksanaan kerja magang diharuskan untuk memberikan surat keterangan penerimaan mahasiswa kepada pihak universitas. Setelah itu, mahasiswa akan menerima Kartu Kerja Magang, Kehadiran Kerja Magang, dan Formulir Realisasi Kerja Magang. Semua formulir tersebut nantinya harus ditandatangani oleh pembimbing lapangan di perusahaan tempat Praktik Kerja Magang berlangsung. Menjelang akhir masa kerja magang,

pembimbing lapangan diminta untuk dapat mengisi Lembar Penilaian Kerja Magang.

1.3.3 Tahap Akhir

Praktik Kerja Magang diakhiri dengan wajibnya menyusun laporan kerja magang selama program magang berlangsung. Laporan tersebut berisi tentang tugas serta aktivitas apa saja yang dilakukan selama kerja magang. Dalam penyusunan laporan kerja magang ini, penulis melaksanakan konsultasi dengan pembimbing magang yang telah ditentukan sebelumnya.

