



### **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

Seiring berkembangnya zaman dunia komunikasi pun semakin berkembang. *Public Relations* merupakan salah satu cabang dari dunia komunikasi yang cukup signifikan perkembangannya. *Public Relations* telah saat ini telah menjadi sebuah investasi bagi perusahaan-perusahaan yang ingin mempertahankan atau membangun kredibilitasnya. Dengan *Public Relations* diyakini bahwa loyalitas atau pandangan positif *public* terhadap sebuah perusahaan akan muncul secara perlahan namun pasti. Untuk itulah banyak perusahaan yang membentuk sebuah divisi khusus *public relations*.

Melihat Perkembangan *Public Relations* di dunia internasional cukup pesat. Diawali dari bapak *Public Relations* Edward Berneys dan tokoh *Public Relations* yang paling berpengaruh Ivy Lee di Amerika pada abad 19-20an. Butterick, 2012, mengemukakan bahwa kantor *Public Relations* ternyata diketahui telah berdiri di Brasil, Inggris, dan Jepang. Seiring dengan itu Cutlip, Center, dan Broom dalam bukunya *Effective Public Relations*, 2006, juga menjabarkan bahwa praktik *Public Relations* telah menyebar dalam banyak bidang yaitu diantaranya: *Public Relations* bisnis dan industri; Pemerintahan dan *Public Affairs*; Organisasi *Non-Profit*, asosiasi dagang, dan organisasi non-pemerintah seperti yayasan, perawatan kesehatan, pendidikan, gereja, dan serikat tenaga kerja. Sebelumnya dijelaskan pula bahwa *public relations* merupakan upaya terencana untuk mempengaruhi opini(sikap) melalui akhlak dan kinerjayang bertanggung jawab, berdasarkankomunikasi dua arah yang saling memuaskan (Cutlip, 2011).

Hal ini didukung pula oleh Effendy, dalam bukunya menerangkan secara gamblang bahwa, *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program

kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik (Effendy, 1993:116). Untuk itulah *public relations* menjadi sangat signifikan dari hari ke hari, tahun ke tahun di perindustrian belahan dunia manapun.

*Public Relations* pada sebuah perusahaan terkadang tidak bekerja sendiri. Pada umumnya pada perusahaan besar yang ingin atau sedang giat-giatnya ingin meningkatkan kredibilitas atau mempertahankan reputasi perusahaannya baik saat krisis maupun dalam proses *branding* divisi *public relations* perusahaan-perusahaan tersebut selain menjalankan aktivitasnya juga membutuhkan bantuan sebuah *Public Relations Agency* yang memang sudah mahir dalam bidangnya untuk membuat riset, perencanaan, strategi, pelaksanaan, sampai pada evaluasi. Perusahaan-perusahaan tersebut biasanya sudah menganggarkan dana untuk menyewa jasa *public relations agency* untuk mengemban tugas sebagai representatif dari perusahaan tersebut.

Syandra Kwan Public Relations Agency merupakan Agency/Konsultan Public Relations pertama di Surabaya, Jawa Timur. Agency ini berdiri sejak tahun 2008 kemudian pada tahun 2010 membuka kantor cabang di Jakarta. Sejak 2009 bergabung menjadi anggota *International Public Relations Association* dan *Public Relations Society Indonesia*.

Sebagai sebuah konsultan *public relations*, dalam aktivitasnya Syandra Kwan Public Relations Agency melayani beberapa aktivitas *public relations* seperti *Media Relations*, *Press Conference*, *Marketing Public Relations*, *Crisis Management*, *Corporate Social Responsibility*, *Media Monitoring*, *Copy Writing*, *Social Media Maintenance*, *Speech Writing* dan *Presentation*.

Syandra Kwan Public Relations Agency masih dikategorikan sebagai konsultan *public relations* baru karena belum lama berdiri. Namun selama lima tahun ini Syandra Kwan Public Relations Agency telah banyak menangani klien-klien dari perusahaan-perusahaan ternama. Sungguh sebuah prestasi bagi sebuah *agency* atau konsultan *public relations* yang masih tergolong baru berdiri. Saat melakukan observasi di Agency ini penulis ditempatkan sebagai *Media Relations Trainee*. Oleh karena itu pada laporan ini akan sangat banyak dibahas mengenai

aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh Syandra Kwan Public Relations Agency. Tidak hanya itu aktivitas *media relations* terkait dengan klien juga akan di ulas oleh penulis di dalam laporan ini.

Dalam pelaksanaannya Syandra Kwan Public Relations Agency membagi peran kepada timnya. Masing-masing klien dari Syandra Kwan Public Relations Agency memiliki tim yang mengoperasikan aktivitas *public relations* bagi perusahaan yang menjadi klien Syandra Kwan Public Relations Agency. Setiap terdiri dari *project management* dan dua orang anggota yang mendukung keberhasilan tim tersebut dalam menagani klien. Salah satu anggota dari sebuah tim tersebut pasti terdapat *media relations* apalagi klien yang membutuhkan interaksi dengan media atau aktivitas *public relations* yang akan bersangkutan dengan media. Aktivitas *media relations* yang sering dilakukan *media relations* di Syandra Kwan Public Relations Agency adalah membuat *media list*, menambah kenalan media, menyebarkan *press release*, *follow up media*, *maintain media*, dan banyak hal lain yang dilakukan bagi klien maupun *agency* sendiri oleh *media relations* Syandra Kwan Public Relations Agency.

Judith(1996:5) menjelaskan bahwa *Media Relations* merujuk pada pola komunikasi antara organisasi dan bagian media yang tertarik dengan kegiatannya. Untuk itulah penulis meyakini aktivitas yang dilakukan oleh *media relations* Syandra Kwan Public Relations Agency sangat penting dan sudah tepat dalam menjaga hubungan baik antara perusahaan baik itu perusahaan klien maupun *agency* sendiri dengan media. Selain itu dalam *Effective Media Relations* oleh Bland, Teaker & Wragg (2005), dituliskan bahwa media merupakan pusat aktivitas *Public Relations*. Dengan kata lain hubungan baik dengan media menjadi tulang punggung berjalannya aktivitas *public relations* secara keseluruhan. Dimana sebuah *agency Public Relations* harus yang menjadi jembatan antara klien dan media harus memiliki hubungan yang sangat baik dengan media terutama melalui *media relations*.

Setelah selama kurang lebih tiga bulan penulis terjun langsung untuk terlibat di dalam *media relations* Syandra Kwan Public Relations Agency banyak hal-hal baru yang sebelumnya belum pernah diajarkan di bangku perkuliahan.

Pada prakteknya penulis menghadapi banyak tantangan baru sebagai seorang *media relations* dari sebuah *public relations agency*. Walaupun demikian penulis meyakini tujuan dari semua aktivitas *media relations* yang dilakukan ujung-ujungnya berpusat pada keberhasilan dan ketercapaian *public relations* secara keseluruhan.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Kerja magang yang dilaksanakan ini memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Untuk mengetahui kegiatan *media relations* di perusahaan konsultan Syandra Kwan Public Relations Agency
2. Dengan magang di konsultan public relations penulis dapat belajar lebih luas dan lebih mendalam mengenai aktivitas public relations secara langsung
3. Melatih diri untuk menghadapi tantangan di dunia kerja sekaligus mengaplikasikan ilmu *public relations* yang telah dipelajari selama masa kuliah
4. Mendapatkan pengalaman kerja pertama kali di kantor konsultan PR yang memiliki klien perusahaan multinasional
5. Mengembangkan pengetahuan dan kemampuan diri dengan memahami masalah komunikasi yang beragam dari berbagai industri yang berbeda
6. Menyesuaikan diri dengan iklim kerja yang relatif cepat, tepat, dan kreatif Berdasarkan *deadline* sebagai konsultan PR

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan sejak tanggal 8 Juli 2013 sampai pada tanggal 8 Oktober 2013 (3 bulan). Penulis bekerja setiap hari Senin-Jumat dengan jam kerja dari pukul 09.00-18.00 WIB.

Pada awalnya saat mencari tempat kerja magang penulis mengirimkan cv ke email ask@syandrakwan.com yang penulis dapatkan dari website Syandra Kwan Public Relations Agency [www.syandrakwan.com](http://www.syandrakwan.com). Penulis mengetahui tentang *agency* ini dari salah seorang kerabat yang mengatakan bahwa ada sebuah

public relations agency yang merupakan *public relations* pertama dan ternama di Surabaya yang juga memiliki kantor di Jakarta. Untuk itulah penulis merasa tertarik untuk bergabung menjadi *trainee* di konsultan *public relations* yang berasal dari Surabaya ini. Setelah mengirimkan cv beberapa hari kemudian penulis mendapatkan *email* balasan dari *Personal Assistant* Syandra Kwan untuk datang pada hari yang telah ditentukan dan mengikuti tes. Pada hari yang telah ditentukan penulis mengikuti tes yang terdiri dari 3 tes yaitu membalas *complaint letter* dalam bahasa Inggris, menerjemahkan *press release* dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia, dan membuat *strategic planning* dari Faims Media dalam bahasa Inggris. Kemudian setelah selesai mengerjakan tes tertulis penulis langsung di *interview* oleh Syandra Kwan selaku Presiden Direktur Syandra Kwan Public Relations Agency dan beliau menyatakan penulis diterima untuk menjadi *trainee* di Syandra Kwan Public Relations Agency selama 3 bulan.

Pada tanggal 8 Juli 2013 penulis datang ke Grand Sahid Jaya unit S2 saat itu merupakan awal penulis mengawali kerja magang. Tepat pukul 09.00 WIB penulis di orientasi oleh *personal assistant* Syandra Kwan Public Relations Agency dan diajarkan banyak hal mengenai kantor. Penulis juga diberikan *employee handbook* dan diwajibkan untuk membaca SOP dari Syandra Kwan Public Relations Agency. Setiap hari penulis harus melakukan *finger print* saat sampai di kantor dan saat akan meninggalkan kantor. Selain itu penulis juga harus membuat *daily time sheet* yang pada akhir jam kerja akan dikirimkan ke Presiden Direktur yaitu Syandra Kwan. Setiap pagi sebelum jam 9 semua personil harus memberikan *to do list* untuk hari itu kepada Syandra. Interaksi saat tidak ada di kantor adalah melalui *Line*. Semua personil memiliki *account email* masing-masing yang dihubungkan di *outlook*. Account email penulis adalah maria@syandrakwan.com. Semua email harus di cc ke Syandra Kwan. Penulis juga diberikan *blackberry* kantor yang khusus berisi *contact media* dengan tujuan agar penulis mudah berinteraksi dengan media baik media di Jakarta, Surabaya, dan Bali karena penulis merupakan *media relations trainee*. Selain itu penulis juga diberikan kartu nama yang akan dilampirkan pada akhir laporan ini.

Pada hakekatnya bekerja di Syandra Kwan Public Relations Agency bukanlah bekerja sebagai pegawai melainkan sebagai seorang profesional yang mempunyai tanggung jawab tinggi terhadap apa yang sedang dikerjakan dan apa yang menjadi tugas, Walaupun hanya seorang *trainee* di Syandra Kwan Public Relations Agency, Syandra Kwan membagi peranan masing-masing kepada personil timnya untuk maju dan bekerja sesuai dengan kreativitas masing-masing personil. Untuk itu semua tugas yang diberikan benar-benar layaknya seorang *Public Relations* yang sudah profesional walaupun hanya *trainee* atau pegawai magang.

Pada saat bekerja di Syandra Kwan Public Relations Agency penulis juga sambil menulis temuan-temuan aktivitas sebagai *media relations* dan mulai menyusun laporan magang ini.

U M N