



### **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

Saat ini, khususnya di Indonesia yang memiliki jumlah penduduk yang sangat padat, permintaan akan pelayanan jasa yang berkualitas menjadi sangat dibutuhkan. Tentunya jika zaman semakin berkembang, maka pelayanan di bidang jasa akan membutuhkan banyak inovasi. Oleh karena itu, permintaan akan penyedia fasilitas jasa yang terintegrasi semakin besar. Salah satu perusahaan yang menyediakan fasilitas jasa tersebut adalah ISS Indonesia yang merupakan perusahaan yang berasal dari Denmark dan sudah bertahun-tahun menjadi salah satu pionir penyedia layanan fasilitas jasa terintegrasi terbesar di Indonesia bahkan dunia.

Sebagai salah satu perusahaan terbesar yang bergerak di bidang layanan jasa, ISS Indonesia tentunya memiliki jumlah karyawan yang tidak sedikit, ada lebih dari 62.000 karyawan dan lebih dari 3.000 klien yang tersebar di seluruh Indonesia yang tentunya sejalan dengan permintaan yang semakin meningkat. Dari jumlah karyawan yang besar tersebut, komunikasi menjadi salah satu aspek penting dalam berjalannya roda perusahaan. Jika komunikasi dalam suatu perusahaan tidak berjalan dengan baik, maka akan berdampak kepada kinerja proses dan hasil dari perusahaan itu sendiri yang juga akan berdampak kepada eksistensi perusahaan tersebut.

Setiap individu maupun perusahaan pasti menginginkan komunikasi yang baik dan hubungan yang terus dibina. Dalam membina hubungan tersebut, tentu ada hal-hal yang akan saling memengaruhi dan hal tersebut sudah masuk ke dalam ruang lingkup kegiatan *Public Relations*. Kegiatan tersebut harus mampu menjaga hubungan antara perusahaan dengan kedua publik *stakeholdersnya* yaitu publik internal dan eksternal seperti karyawan, *customer*, *investor*, masyarakat, bahkan pemerintah. *Public Relations* disebut sebagai jembatan penghubung antara perusahaan dan *stakeholdersnya*. Hubungan komunikasi ini dapat dibentuk melalui berbagai macam cara, misalnya melalui komunikasi tatap muka, atau

menggunakan berbagai media lainnya. Dalam suatu perusahaan, *Public Relations* berhubungan erat dengan publisitas, media komunikasi, dan semua hal yang berhubungan dengan komunikasi perusahaan tersebut.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang penyedia layanan jasa seperti ISS Indonesia yang memiliki karyawan dalam jumlah besar, salah satu hubungan komunikasi yang harus dibina dengan sangat baik yaitu komunikasi internal khususnya kepada para *frontliners*. Karena salah satu fungsi dari *Public Relations* adalah melakukan berbagai kegiatan yang sifatnya internal. Dalam fungsi tersebut *Public Relations* bertanggung jawab atas upaya yang dilakukan agar tujuan dari hubungan internal ini berjalan. Seperti yang diketahui, kondisi iklim kerja yang baik dan produktif adalah iklim yang nyaman dan kondusif. Salah satu point penting agar hal tersebut tercapai adalah adanya arus komunikasi yang lancar. Menurut Ardianto (2014, h. 99), komunikasi internal atau hubungan internal adalah kegiatan *Public Relations* untuk membina hubungan dengan publik internal, seperti karyawan, manager, *top management*, dan para pemegang saham (*stockholders*) agar citra dan reputasi perusahaan itu sendiri tetap terlihat positif di mata publik internal. Kegiatan komunikasi internal yang dilakukan juga bertujuan agar tetap memelihara budaya perusahaan (*corporate culture*) yang sudah terbentuk sebelumnya. Melalui budaya perusahaan ini pula yang sejalan dengan visi dan misi perusahaan akan membentuk rasa memiliki (*senses of belonging*) dan rasa tanggungjawab (*senses of responsibility*) publik internal seperti karyawan pada organisasi atau perusahaan.

Salah satu upaya untuk menjadi jembatan komunikasi antara pihak manajemen dengan karyawan perusahaan khususnya *frontliners* adalah dengan media internal. Dalam pembagian jenisnya sendiri, media internal terbagi menjadi beberapa macam, sama seperti media-media lainnya. Divisi yang bertanggung jawab dalam upaya penyebaran informasi dan komunikasi baik kepada publik internal maupun eksternal tersebut di ISS Indonesia adalah divisi *Corporate Communication*.

*Corporate Communication* di ISS Indonesia sendiri memang memiliki tugas dasar yaitu memberi informasi kepada *stakeholders*, khususnya *frontliners* tentang

nilai-nilai yang dipegang oleh ISS Indonesia, agar dapat diaplikasikan oleh mereka dalam kehidupan dan bekerja. Cornelissen (2014, h. 167) menjelaskan bahwa pada umumnya, ketika karyawan sudah dapat mengidentifikasi secara kuat tentang perusahaan tempat mereka bekerja, mereka akan lebih bersifat kooperatif terhadap perusahaan dan dapat mendemonstrasikan sikap dan perilaku yang bersifat membantu organisasi atau perusahaan. Di samping itu, karyawan dapat mengidentifikasi secara kuat tentang perusahaan dapat dibantu apabila nilai-nilai yang dipegang oleh perusahaan sesuai dengan nilai yang mereka pegang secara individu. Ketika nilai-nilai tersebut ternyata sesuai satu sama lain, maka hubungan antara perusahaan dan karyawannya akan semakin kuat.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis tertarik untuk mengikuti program kerja magang pada divisi *Corporate Communication* di PT ISS Indonesia yang memiliki karyawan dalam jumlah besar di seluruh Indonesia dan memegang teguh nilai-nilai humanis dalam setiap pekerjaan dengan *tagline* “*The Power of The Human Touch*”, sehingga penulis dapat mengaplikasikan hal hal yang telah dipelajari dalam kehidupan sehari-hari.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Program kerja magang merupakan salah satu dari mata kuliah wajib dan syarat kelulusan prodi S1 untuk mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara. Adapun tujuan dari program kerja magang secara spesifik yaitu.

1. Agar penulis mengetahui peran dari divisi *Corporate Communication*, khususnya di perusahaan yang bergerak di bidang penyedia layanan jasa
2. Agar penulis tidak hanya memiliki keterampilan dalam sisi akademik, tetapi terampil dalam praktek kerja langsung yang profesional.
3. Agar penulis mengetahui suasana lingkungan kerja, tantangan, dan menemukan solusi dari permasalahan yang ada.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu kerja magang yang dilakukan penulis di PT ISS Indonesia sebagai divisi *Corporate Communication* adalah selama 5 (lima) bulan yang dimulai pada 10 Juli 2017 hingga 10 Desember 2017. Pelaksanaan waktu kerja magang dilakukan sesuai dengan prosedur perusahaan yaitu hari Senin sampai Jumat, pukul 08.00 hingga 17.00. Untuk atribut pakaian menggunakan *business attire* yang sopan dengan sepatu pantofel hitam. Namun, jika ada kegiatan di luar perusahaan atau berkunjung ke area (klien), menggunakan seragam ISS Indonesia. Selama masa magang, penulis dibimbing oleh Tritama Chaerani selaku *Corporate Communication Manager*, Syarief KH selaku *Creative & Design Specialist*, dan Yogie Agung selaku *Creative & Design Staff*.

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

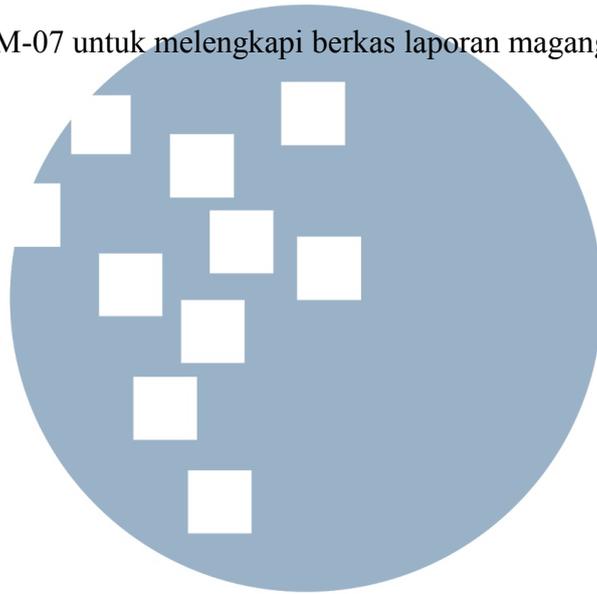
Prosedur kerja magang diawali dengan mengajukan formulir kerja magang (KM-01) ke ketua Program Studi, yaitu Bapak Inco Harry Perdana, S.Ikom., M.Si. setelah formulir KM-01 telah disetujui dan ditandatangani oleh Ketua Program Studi, penulis melakukan pengajuan kerja magang ke berbagai perusahaan termasuk ISS Indonesia dengan menyertakan *curriculum vitae* dan surat pengantar magang (KM-02) dari universitas dan telah ditandatangani oleh Ketua Program Studi.

Lalu pada 29 Mei 2017, penulis di informasikan oleh Flo dari ISS Indonesia melalui telepon untuk hadir pada tanggal 31 Mei 2017 untuk melakukan *interview* di Head Office ISS Indonesia di Bintaro, Tangerang Selatan.

Pada 31 Mei 2017, penulis datang ke HO ISS Indonesia untuk melakukan *interview* dengan Anita Fauziah selaku *Talent Manager* dan Syarief KH selaku *Creative & Design Specialist* dalam divisi *Corporate Communication*.

Lalu pada 10 Juli 2017 penulis menandatangani formulir kontrak magang dan memulai hari pertama program kerja magang di PT ISS Indonesia sebagai divisi *Corporate Communication* dalam subdivisi *Creative & Design Team*.

Kemudian penulis menukarkan surat resmi kerja magang dari ISS Indonesia ke admin fakultas dan BAAK untuk mendapatkan form KM-03 hingga KM-07 untuk melengkapi berkas laporan magang penulis selanjutnya.



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA