

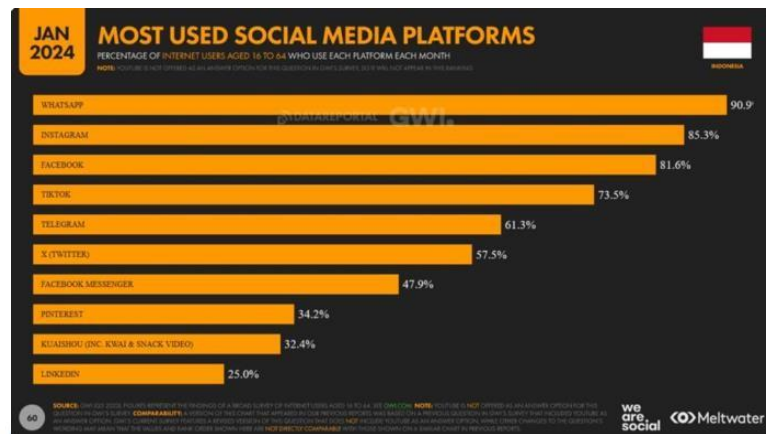
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya perkembangan teknologi saat ini membawa pengaruh besar bagi masyarakat. Keberadaan Hubungan Masyarakat atau sering sekali disebut sebagai Humas merupakan salah satu peran penting bagi perusahaan terutama menjadi seorang *content planner* di perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Dalam melakukan penyusunan perencanaan hingga pembuatan konten harus mengikuti seiring dengan perkembangan zaman. Yang mana humas harus mampu dalam beradaptasi dengan cepat dengan tren sosial yang terus berubah. Saat ini peran manusia perlahan mulai minim digunakan karena tergantikan dengan adanya teknologi yang kini lebih canggih.

Seperti yang kita ketahui bahwa media sosial banyak digunakan untuk memperkenalkan hingga memasarkan produk hingga dikenal oleh banyak masyarakat. Seorang *content planner* juga dibutuhkan untuk menginformasikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan sehingga menghasilkan banyak masyarakat mengetahui kegiatan-kegiatan perusahaan itu sendiri guna dalam meningkatkan kepercayaan dan reputasi pada perusahaan tersebut terhadap *stakeholdernya*. Dengan itu, adanya media sosial mampu menghubungkan orang yang berjauhan untuk berinteraksi hingga dapat memberikan hubungan bagi antar masyarakat dalam berinteraksi. Tidak hanya itu, saat ini media sosial sangat sering digunakan oleh para masyarakat dalam mencari dan mendapatkan informasi karena masyarakat akan lebih cepat mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Berikut merupakan data terkait dengan penggunaan platform media sosial di Indonesia pada Januari 2024.



Gambar 1.1 Data Pengguna Platform Media Sosial
(Sumber : weareasocial.com)

Setiap perusahaan memiliki kaitannya dengan para *stakeholder*, dengan itu peran humas dalam mendekati diri dengan para *stakeholder* merupakan tanggung jawab penting dalam mencari *branding* dari para masyarakat terkait dengan nama perusahaan. Oleh karena itu, salah satu yang dilakukan perusahaan untuk mencari *branding* yaitu dengan membuat konten di media sosial terkait kegiatan perusahaan. Yang mana dilakukan pada media sosial seperti Instagram, Youtube, Tiktok merupakan media yang baik dan mudah untuk menarik ketertarikan masyarakat serta menciptakan hubungan yang erat dan harmonis dengan para masyarakat.

Peran seorang *content planner* di Humas dalam perusahaan khususnya perusahaan BUMN harus memiliki kemampuan berpikir kreatif dalam membuat konten, kemampuan dalam *copywriting* dalam membuat *caption* maupun *press release*, dan memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik dan efektif. Peran *content planner* di Humas juga harus memiliki kemampuan dalam meyakini khalayak banyak terhadap pesan yang terdapat dalam konten yang dibuat. Selain itu juga harus mampu membangun dan mempertahankan hubungan baik kepada pihak internal maupun eksternal perusahaan sehingga nantinya akan berhubungan dengan citra dan reputasi perusahaan itu sendiri.

Penulis melakukan program praktek kerja magang sebagai anggota divisi Humas kurang lebih selama 5 (lima) bulan. Dengan menjadi seorang Humas merupakan hal yang menarik bagi penulis, penulis melakukan kerja magang di

salah satu perusahaan BUMN yaitu PT PLN Indonesia Power UBP Priok divisi Humas. PT PLN Indonesia Power UBP Priok merupakan salah satu anak usaha Perusahaan Listrik Negara (PLN) yang bergerak dibidang energi untuk pembangkit listrik dengan menggunakan tenaga gas dan uap yang telah berdiri sejak tahun 1962. PT PLN Indonesia Power UBP Priok menjual hasil listriknya kepada konsumen utamanya yaitu PT PLN (Persero). Kemudian PT PLN (Persero) mendistribusikannya ke beberapa wilayah di Indonesia.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang di PT PLN Indonesia Power UBP Priok untuk memenuhi syarat kelulusan S1 Ilmu Komunikasi. Tidak hanya itu, adapun maksud dan tujuan lainnya yaitu :

1. Mendalami pengetahuan secara lebih luas dalam pengimplementasian *Social Media Marketing* pada konten PT PLN Indonesia Power UBP Priok
2. Menambah pengalaman di dunia kerja khususnya pada bidang komunikasi
3. Meningkatkan *soft skill* dan *hard skill* dalam diri penulis hingga lebih baik lagi kedepannya.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang berlangsung pada bulan Februari sampai Juni 2024 dengan durasi enam ratus empat puluh hari kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 1 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi. Dalam melaksanakan pelaksanaan magang, penulis melakukan kerja magang *Work From Office* yang berlokasi di Jl. RE Martadinata Kecamatan Pademangan Jakarta Utara.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Menghadiri pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN pada Desember 2023 di Universitas Multimedia Nusantara.

- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Mengirimkan Curriculum Vitae (CV) pada perusahaan pada November 2023
- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang di PT PLN Indonesia Power UBP Priok dengan menerima pesan melalui akun whatsapp resmi perusahaan pada tanggal 22 Desember 2023 dan mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 23 Desember 2023.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *content planner* pada Departemen Hubungan Masyarakat.
- 2) Seluruh penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Junior Officer Humas & Protokoler yaitu Friska Widiyanti Rangkuti selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang melalui merdeka.umn.ac.id.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Bapak Dani Miftahul Akhyar selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan *offline* dan *online* via Zoom Meeting.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

A large, light blue circular watermark logo is centered on the page. It features a stylized grid pattern of white squares arranged in a roughly circular shape, with some squares missing or faded, creating a modern, geometric design.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA