

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di tengah dinamika perindustrian yang terus berkembang, komunikasi memegang peran penting sebagai jembatan untuk menyampaikan informasi, membangun pemahaman, dan membentuk persepsi masyarakat terhadap suatu entitas. Hal ini sejalan dengan konsep “*strategic communication*” yang dikemukakan oleh Holtzhausen & Zerfaß (2015), yang mendefinisikannya sebagai “*the deliberate and goal-oriented dissemination of information within the public sphere, where a communicator acts on behalf of an entity to achieve predetermined objective.*” Dengan kata lain, komunikasi strategis merupakan sebuah proses yang disengaja dan memiliki tujuan yang jelas.

Lebih lanjut, komunikasi strategis melibatkan pesan-pesan serta tujuan yang spesifik, yang ditujukan kepada pemangku kepentingan yang spesifik, melalui berbagai media dan bentuk komunikasi.

Entitas komunikatif dalam ranah publik yang dibahas mencakup seluruh spektrum sektor ekonomi dan sosial, seperti perdagangan dan industri, politik, organisasi nirlaba dan pemerintah, kelompok aktivis, dan bahkan tokoh terkenal di industri olahraga dan hiburan (Holtzhausen & Zerfaß, 2015).

Kementerian Perindustrian sebagai bagian integral dari pemerintahan memiliki tanggung jawab untuk mengelola komunikasi yang strategis agar menciptakan pemahaman yang baik mengenai perannya dalam mengatur dan mengembangkan sektor industri di Indonesia.

Sejalan dengan visi Indonesia Emas 2045, yang menandakan keinginan untuk Indonesia menjadi negara maju dan sejahtera di tahun 2045, peran generasi muda menjadi semakin krusial. Menatap masa depan, generasi muda saat ini akan menjadi tulang punggung bagi perkembangan

industri dan kemajuan bangsa. Oleh karena itu, perlu adanya kesadaran dan keterlibatan aktif dari generasi muda dalam pembangunan sektor industri.

Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Perindustrian menyadari betapa pentingnya melibatkan generasi muda (generasi Z dan milenial muda) dalam visi besar Indonesia Emas 2045. Generasi muda saat ini, yang akan berada di usia produktif pada tahun 2045, memiliki potensi untuk menjadi pemimpin masa depan yang mendorong inovasi, keberlanjutan, dan kemajuan industri. Oleh karena itu, timbullah sebuah komitmen untuk menyusun komunikasi strategis yang tidak hanya menarik minat generasi muda, tetapi juga membangun *awareness* terhadap peran mereka dalam membentuk masa depan industri Indonesia.

Grace & Seemiller (2019) menguraikan bagaimana generasi muda memiliki karakteristik utama seperti kreatif, berpikiran terbuka, jujur, penuh rasa penasaran, spontan, penuh motivasi, serta memiliki keinginan untuk mengalami hal-hal baru dan menarik. Dengan pemahaman tersebut, maka diperlukan pendekatan yang kreatif, inovatif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari generasi muda. Dengan memperkuat keterlibatan mereka sejak sekarang, diharapkan generasi muda akan merasa memiliki dan berkontribusi secara signifikan dalam mewujudkan visi Indonesia Emas 2045, menjadi agen perubahan yang membawa Indonesia ke tingkat keunggulan industri yang lebih tinggi.

Laporan magang ini akan mengeksplorasi aktivitas yang penulis lakukan sebagai seorang *Public Relations Intern* dalam perencanaan komunikasi strategis untuk mencapai tujuan membangun *awareness* dan menarik minat serta keterlibatan generasi muda terhadap industri Indonesia.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan dari praktik kerja magang yang penulis lakukan di Biro Humas Kementerian Perindustrian Republik Indonesia melibatkan beberapa aspek berikut:

- 1) Mempelajari implementasi ilmu komunikasi khususnya mengenai perencanaan komunikasi strategis pada Biro Humas Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.
- 2) Mempelajari kegiatan kehumasan di lingkungan lembaga pemerintahan, khususnya pada Biro Humas Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Proses praktik kerja magang yang penulis lakukan mulai dari waktu kerja magang hingga prosedur pelaksanaan magang dapat diuraikan sebagai berikut.

### 1.3.1 Waktu Kerja Magang

Penulis memulai praktik kerja magang sebagai *Public Relations Intern* di Kementerian Perindustrian Republik Indonesia pada tanggal 2 Januari 2024, dan kegiatan ini berlangsung hingga 31 Mei 2024, selama periode 91 hari kerja. Praktik kerja dilakukan mencakup lima hari kerja dalam seminggu, mulai dari Senin hingga Jumat.

Jadwal kerja penulis mencakup kehadiran di kantor Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, berlokasi di Jl. Gatot Subroto Nomor Kavling 52-53, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Waktu kerja ditetapkan dari pukul 07.30 sampai 16.00 WIB, dengan durasi kerja sekitar 8,5 jam per harinya. *Timeline* pelaksanaan praktik kerja magang penulis dari minggu pertama hingga minggu terakhir dapat diilustrasikan melalui **Tabel 1.1** berikut.

Kegiatan	Aktivitas	Minggu ke-														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Analisis Media Sosial	Analisis media sosial	■														
Perencanaan Komunikasi Strategis	Penyusunan konsep & rangkaian acara		■												■	■
	Penetapan target komunitas/khalayak		■													
	Penetapan mitra narasumber, <i>sponsorship</i> , industri, asosiasi, K/L, <i>influencer</i> , media		■	■												
	Penyusunan <i>content calendar</i> , <i>content brief</i> , serta strategi publikasi				■	■	■	■								
	Penyusunan analisis situasi								■							
	Penyusunan <i>key message</i>								■							
	Penyusunan <i>objectives</i>								■							
	Penyusunan <i>activities &amp; KPIs</i>								■	■	■					
Penyusunan <i>Agenda Setting</i>	Penyusunan <i>agenda setting</i> 2024-2045											■	■	■		

**Tabel 1.1** *Timeline* Kerja Magang

Sumber: Data Olahan Pribadi (2024)

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan praktik kerja magang yang penulis lakukan dapat diuraikan sebagai berikut.

#### A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Menjadi peserta dalam sosialisasi *Career Preparation* yang diadakan oleh CDC UMN di Function Hall.

- 2) Menjalani proses pengisian Kartu Rencana Studi (KRS) di situs [myumn.ac.id](http://myumn.ac.id) setelah berhasil menyelesaikan 106 SKS dalam kurun waktu lima semester, dan tanpa memiliki nilai D & E.
- 3) Melakukan pengajuan KM-01 dengan mengisi Google Form pada *linktree* FIKOM sebanyak dua kali pengajuan, untuk keperluan verifikasi tempat tujuan praktik kerja magang yang memenuhi syarat.
- 4) Mendapat persetujuan magang dari tempat magang melalui *email* dalam bentuk formulir KM-02 (Surat Pengantar Magang).
- 5) Melaksanakan pengisian dan mengirimkan formulir KM-01 melalui platform [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id) setelah menemukan dan mendapatkan persetujuan dari tempat magang yang sesuai.
- 6) Menyerahkan surat pernyataan penerimaan magang dari tempat tujuan magang dan mengisi informasi *supervisor* di platform [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id).
- 7) Melakukan pengisian *daily task* hingga memenuhi 640 jam kerja melalui situs [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id) yang disetujui oleh *supervisor*.
- 8) Setelah resmi memulai praktik kerja magang, penulis menyimpan formulir KM-01 dan KM-02 untuk kebutuhan laporan praktik kerja magang nantinya

## **B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang**

- 1) Pada bulan Oktober, penulis menyebarkan *Curriculum Vitae* (CV) melalui email, LinkedIn, Glints, Jobstreet, dan media lainnya yang sedang membuka lowongan magang.
- 2) Pada 30 Oktober, penulis mendapatkan kontak dari staf Kementerian Perindustrian Republik Indonesia di mana

penulis melakukan wawancara singkat melalui aplikasi WhatsApp mengenai alasan penulis mendaftarkan diri untuk praktik kerja magang di tempat tersebut. Pada hari itu, penulis juga diminta untuk menjadwalkan wawancara tatap muka bersama Biro Humas dengan membawa surat pengantar magang.

- 3) Pada periode tanggal 30 Oktober hingga 7 November, penulis melakukan pengajuan Surat Pengantar Magang (KM-01) sebanyak dua kali pengajuan, melalui *linktree* FIKOM.
- 4) Pada tanggal 9 November, penulis mendapatkan Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02) dari kampus, dan segera memberitahu Kementerian Perindustrian untuk mengatur jadwal wawancara secara langsung.
- 5) Pada 17 November pukul 08.30 WIB, penulis datang ke kantor Kementerian Perindustrian di Jakarta Selatan dan melakukan wawancara. Pada wawancara tersebut, penulis diminta untuk memperkenalkan diri, menjelaskan setiap pengalaman kerja dan pengalaman organisasi yang tertera pada CV penulis, serta menjelaskan portofolio penulis.
- 6) Pada tanggal 27 November, Kementerian Perindustrian Republik Indonesia mengirimkan notifikasi penerimaan praktik kerja magang kepada penulis melalui aplikasi WhatsApp. Dalam surat tersebut, diinformasikan bahwa praktik kerja magang direncanakan berlangsung mulai tanggal 2 Januari 2024 hingga 31 Mei 2024, dengan mempertimbangkan durasi praktik kerja magang penulis yang mencakup 640 jam.
- 7) Pada 2 Januari 2024, penulis hadir di kantor Kementerian Perindustrian untuk menjalani hari pertama penulis sebagai *Public Relations Intern*.

- 8) Selama praktik kerja magang, penulis diminta untuk memberikan fokus pada *strategic communications planning* untuk *event* Kementerian Perindustrian yaitu Industrial Festival 2024. Tugas penulis berupa melakukan riset, mengumpulkan data, serta menerapkan *strategic thinking framework* dalam menyusun kegiatan Industrial Festival. Tugas selanjutnya berupa menyusun *content calendar* untuk publikasi Industrial Festival melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok.

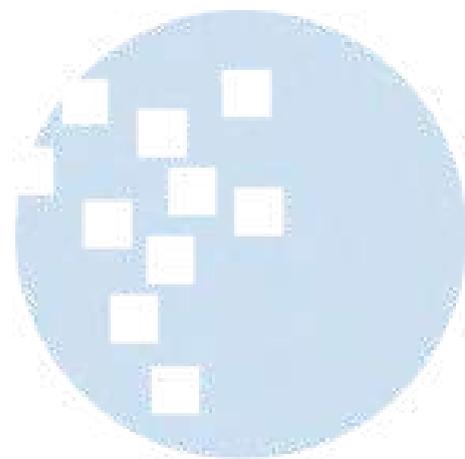
### **C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang**

- 1) Kegiatan magang penulis dilaksanakan di Biro Humas Kementerian Perindustrian Republik Indonesia dengan menempati posisi *Public Relations Intern*.
- 2) Selama menjalani praktik kerja magang, penulis mendapat pendampingan dan bimbingan langsung dari Kepala Sub-bagian Program dan Tata Usaha Hari Ramadhan sebagai *supervisor*.
- 3) Selama masa praktik kerja magang, pengisian formulir KM-03 hingga KM-07 dilakukan secara berkelanjutan, sedangkan penilaian kinerja magang (KM-06) dilaksanakan oleh supervisor pada akhir masa magang.

### **D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang**

- 1) Penulis menyusun laporan magang sebagai bentuk pertanggungjawaban terhadap aktivitas yang dilakukan selama praktik kerja magang di Kementerian Perindustrian. Proses penulisan laporan magang mendapat bimbingan dari Dr. Arsa Widitarsa Utoyo, S.T., M.Sn., Dosen Pembimbing, melalui berbagai platform, baik secara daring melalui Google Meet maupun secara langsung di kampus UMN.

- 2) Setelah penyelesaian laporan magang, dokumen tersebut dikumpulkan dan masih memerlukan persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA