



### **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

Dalam Era Informasi saat ini, semua manusia membutuhkan teknologi yang dapat membantu mereka untuk dapat mengakses informasi yang mereka butuhkan dengan cepat, di manapun dan kapanpun sehingga setiap saat semua orang dapat mengakses informasi tersebut. Teknologi kini menjadi bagian penting dalam setiap aspek kehidupan manusia, dalam segala sektor kehidupan semuanya telah menggunakan teknologi.

Salah satu bagian dari Teknologi adalah ICT (Information, Communication, Technology) atau yang biasa di sebut dengan TIK (Teknologi, Informasi, Komunikasi).

Teknologi ICT juga tidak lepas dalam dunia Perbankan dan Telekomunikasi, dalam kedua bidang tersebut teknologi di manfaatkan untuk menyusun program-program yang akan berguna untuk menunjang kinerja baik di dalam Perbankan maupun di Pemerintahan. Dalam Perbankan Teknologi ICT di butuhkan untuk menginput data nasabah, memastikan uang nasabah telah masuk ke dalam sistem, sehingga keamanan data menjadi hal yang sangat penting. Begitu juga dengan Telekomunikasi, mereka harus menjamin data yang terdapat di dalam perusahaan dapat terjaga serta menjamin bagaimana jaringan dapat berjalan dengan baik ke seluruh masyarakat Indonesia.

Untuk menunjang teknologi ICT yang semakin berkembang dengan pesat, harus di tunjang dengan Infrastruktur yang memadai. Menurut survey yang di lakukan oleh CGI (Global Conectivity Index) yang di rilis oleh Huawei seperti yang di kutip dalam media Bisnis.com pada 22 April 2015 yang Penulis akses pada Minggu, 14 Juni 2015 mengatakan bahwa peringkat Indonesia dalam mengetahui penggunaan ICT, konektiviti, transformasi digital, menyediakan infrastruktur ICT untuk pengembangan dan pertumbuhan serta ICT bagi perencanaan kebijakan publik yang dihubungkan dengan ekonomi digital masih berada di peringkat 41 dari 50 negara yang di survei. Namun di sisi lain pembelanjaan TI di Indonesia cukup tinggi yakni menduduki peringkat ke 9. Sedangkan posisi 5 teratas dalam penyediaan infrastruktur ICT di duduki oleh Amerika Serikat, Swedia, Singapura, Swiss dan Inggris.

Perkembangan teknologi ICT saat ini mengarah ke arah Big Data, Big Data menurut dari artikel yang Penulis peroleh dari Liputan6.com pada tanggal 16 Januari 2014 yang Penulis akses pada Jumat, 12 Juni 2015 mengatakan Big Data sebuah sistem teknologi yang diperkenalkan untuk menanggulangi 'ledakan informasi' seiring dengan semakin bertumbuhnya ekosistem pengguna perangkat mobile dan data internet.

Bahkan berdasarkan dari artikel Liputan6.com pada tanggal 22 Juni 2014 yang Penulis akses pada 13 Juni 2015 mengatakan bahwa Jumlah Data Digital yang terdapat di seluruh dunia pada tahun 2013 mencapai 4,4 Zetabytes dan akan meningkat 10 kali lipat pada tahun 2020 yang akan datang menjadi 44 Zetabytes.

Oleh karena itu perusahaan TI saat ini berlomba-lomba saat ini untuk menyediakan berbagai macam solusi untuk memmanage data-data tersebut.

Di Indonesia sudah ada beberapa perusahaan perbankan maupun pemerintahan yang menggunakan Produk-produk IT terkemuka seperti Oracle, IBM, Lexmark, F5, Pure Storage dan masih banyak lagi. Produk yang mereka tawarkan cukup beragam mulai dari Data Storage, Application Solutions, bahkan sampai Printer Pintar. Namun untuk masuk ke Indonesia produk-produk tersebut harus melalui Distributor-distributor yang ada di Indonesia. Beberapa perusahaan Distributor yang telah ada di Indonesia antara lain adalah Computrade Technology International (CTI Group), Ingram Micro, Metrodata, dan Avnet. Penulis menjalani proses magang di PT Computrade Technology International. Dalam proses magang Penulis di PT CTI Group Penulis berada di Divisi Public Relation.

Public Relations sendiri menurut *Chartered Institute of Public Relations* seperti yang di kutip oleh Cutlip & Groom menyatakan bahwa

*“Public Relations is about reputation-the result of what you do, what you say and what others say about you. Public Relations is the discipline which looks after reputation, with the aim of earning understanding and support and influencing opinion and behavior. It is planned and sustained effort to establish and maintain goodwill and mutual understanding between an organization and its publics.”*

Jika diartikan Public Relation adalah hal mengenai hasil dari apa yang Anda lakukan, Anda katakan dan orang lain katakan tentang Anda. Public Relations merupakan sebuah ilmu yang melihat reputasi setelahnya, dengan target

memperoleh pengertian dan support dan dapat merubah opini serta perilaku. Hal tersebut telah di rencanakan dan membutuhkan effort untuk membangun dan memaintain hubungan baik serta saling pengertian antara organisasi dengan publiknya.

Salah satu hal yang Penulis banyak lakukan selama Magang di CTI Group adalah Media Relation. Media Relation menurut Jeffkins adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak.

Perusahaan tidak bisa melakukan hal yang semaunya terhadap Media ada beberapa hal yang harus diperhatikan perusahaan ketika mencoba untuk *dealing* dengan media. Menurut Fraiser P. Seitel dalam buku “The Practice of Public Relation” (2011 : 212 – 215) menyatakan ada 11 hal yang perlu diperhatikan antara lain :

1. Reporter adalah Reporter
2. Anda adalah wakil dari organisasi / perusahaan.
3. Tidak ada standar isu reporter.
4. Berikan pelayanan kepada jurnalis secara professional
5. Jangan remehkan sikap skeptic wartawan
6. Jangan mencoba untuk “membeli” Jurnalis
7. Jadilah sumber yang terpercaya
8. Bicara dengan media ketika sedang tidak “menjual”
9. Jangan mengharapkan kesepakatan dalam memuat berita.

10. Jangan Berbohong

11. Bacalah berita yang di buat oleh wartawan tersebut.

Menurut Sam Black dan Melvin L. Sharpe dalam Jurnal Sultan Agung Vol XLV No. 119 tahun 2009 menyatakan bahwa hal-hal yang dilakukan oleh Public Relations untuk aktivitas Media Relations antara lain :

1. Pengiriman siaran pers/pers release
2. Menyelenggarakan konferensi pers
3. Menyelenggarakan media gathering
4. Menyelenggarakan perjalanan pers
5. Menyelenggarakan special event
6. Menyelenggarakan wawancara khusus
7. Menjadi nara sumber media

Menurut Sasa Djuarsa Sendjaja dalam buku Yosel Iriantara “Media Relations : Konsep, Pendekatan, dan Praktik” (2005 : 145) menyatakan bahwa perkembangan media massa di Indonesia antara lain :

1. Pengelolaan usaha di bidang media massa tidak lagi dilakukan dalam bentuk yayasan serta semata mengutamakan aspek idealnya, tetapi berupa PT (Perseroan Terbatas) yang didukung sistem manajemen profesional dan penggunaan produk-produk teknologi canggih serta mengarah pada komersialisme.
2. Semakin banyaknya para pengusaha nasional ataaau lazim disebut para konglomerat yang menanamkan odalnya di bidang usaha media massa.

3. Media massa yang ada semakin beragam bentuknya dan mengarah pada spesialisasi.

Membina hubungan antara Perusahaan dengan Media merupakan hal yang sangat penting. Perusahaan membutuhkan media agar citra positif dapat tercipta di masyarakat. Sedangkan Media membutuhkan Perusahaan agar media dapat memperoleh pemberitaan atau Publisitas. Ada value yang cukup besar mengenai Publisitas menurut Fraser (2011 : 216-217) dalam beberapa aspek antara lain :

1. Mengumumkan produk atau service baru.
2. Menghidupkan kembali produk yang lama.
3. Menjelaskan produk yang rumit
4. Budget yang minim
5. Meningkatkan reputasi Organisasi
6. Respons terhadap Krisis

Penulis menjalani masa Magang di PT CTI Group mulai dari tanggal 12 Februari 2015 sampai dengan 12 Mei 2015 (3 Bulan). Dalam menjalani Proses Magang di PT CTI Group, Penulis menjalankan beberapa fungsi dari Public Relation mulai dari Media Monitoring, Media Relations, Membuat Media Book, Membuat Press Release, Menghadiri Event yang di selenggarakan oleh CTI Group dan anak perusahaannya, Media Tracking dan lain-lain.

## 1.2 MAKSUD DAN TUJUAN KERJA MAGANG

Maksud kerja Magang Penulis di PT Computrade Technology International adalah untuk mempraktekkan secara langsung apa yang sudah Penulis pelajari selama masa perkuliahan. Selain itu juga untuk memperoleh pengalaman langsung tentang bagaimana kinerja dunia *Public Relation* dalam dunia kerja.

Tujuan dari Kerja Magang adalah :

1. Untuk mengetahui aktivitas Media Relation yang terdapat di dalam PT Computradetech Technology International.
2. Untuk mengetahui aktivitas Public Relation dalam bidang Industri.
3. Memperdalam pengalaman praktis mengenai Media Relations, Event Management dan Research.
4. Memperluas ilmu dan pengetahuan akan dunia Praktik Public Relation
5. Menjalin Hubungan dan memperbanyak Networking
6. Melatih Profesionalitas dan mental penulis agar siap ketika masuk ke dunia kerja yang sesungguhnya

## 1.3 WAKTU DAN PROSES KERJA MAGANG

Penulis menjalani Proses Kerja Magang selama 3 bulan di mulai dari tanggal 12 Februari 2015 sampai dengan 11 Mei 2015 (sesuai yang tertulis di dalam surat penerimaan magang). Namun di perpanjang 1 hari hingga tanggal 12 Mei 2015 karena ada Event untuk Press Conference dari salah satu anak

Perusahaan. Jadwal Praktik Kerja Magang di PT CTI Group adalah dari hari Senin hingga hari Jumat antara pukul 09:00 – 17:00. CTI Group bertempat di Gedung BIP, Jalan Gatot Subroto Kavling 23, Jakarta Selatan, Jakarta.

Kerja Magang di laksanakan dalam tim Public Relation PT Computrade Technology International (CTI Group). Selama kerja magang, Penulis di bimbing oleh Luciana dari Tim Public Relation PT CTI Group.

Sebelum melakukan praktik kerja magang ada beberapa prosedur yang harus di jalankan, adapun prosedurnya adalah sebagai berikut :

1. Mengajukan permohonan kerja magang dan meminta surat pengantar pada ketua prodi Ilmu Komunikasi.
2. Mengirimkan surat lamaran, Curriculum Vitae, Surat Pengantar Kerja Magang dan Transkrip nilai 5 semester terakhir secara langsung kepada Human Resources Department (HRD) dari PT Computrade Technology International kepada Bapak Bayu serta melakukan interview oleh Bapak Bayu.
3. Melakukan Tes Psikologi yang di laksanakan oleh KPSG untuk prosedur penerimaan karyawan.
4. Penerimaan Surat keterangan Magang, kemudian surat diterima magang kembali di serahkan kepada pihak BAAK, sebagai konfirmasi telah diterimanya Penulis untuk dapat melaksanakan Praktek Kerja Magang di perusahaan CTI Group
5. Penyerahan surat penerimaan magang dari PT Computrade Technology International kepada pihak kampus, agar penulis bisa

mendapatkan kartu kerja magang, formulir absensi, formulir hasil penilaian praktek magang yang nantinya akan ditanda tangani oleh pembimbing lapangan.

6. Melakukan Praktik Kerja Magang di CTI Group selama 3 bulan mulai dari 12 Februari 2015 hingga 12 Mei 2015.
7. Menyusun laporan dan melakukan bimbingan Magang.
8. Mengumpulkan laporan Magang beserta KM 03-06 yang diserahkan kepada BAAK.
9. Melaksanakan Sidang Magang sebagai bentuk Pertanggung jawaban Penulis dalam melakukan kerja Magang di CTI Group selama 3 bulan.

UMMN