

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Magang

Perkembangan teknologi dan informasi di era modern ini berkembang dengan sangat pesat, membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Dengan munculnya beragam inovasi teknologi, terutama internet, akses terhadap informasi menjadi semakin mudah dan cepat. Teknologi media berita digital kini memungkinkan siapa saja untuk mendapatkan informasi secara instan, tanpa harus terhalang oleh hambatan geografis maupun waktu. Dalam konteks tersebut, masyarakat memiliki kebebasan tanpa batas untuk mengakses berbagai jenis informasi dari berbagai penjuru dunia, kapan saja dan di mana saja, tanpa perlu memikirkan kendala waktu atau tempat tertentu. Hal ini menjadikan arus informasi semakin deras, memberikan peluang besar sekaligus tantangan dalam menyaring dan memahami informasi yang diterima.

Karena peran hubungan masyarakat (*Public Relations* atau PR) sangatlah penting dalam mengelola informasi yang valid, akurat, dan relevan untuk disampaikan kepada khalayak luas, PR memiliki tanggung jawab besar dalam memastikan setiap informasi yang diberikan tidak hanya tepat waktu tetapi juga dapat dipercaya. Oleh sebab itu, hubungan masyarakat (PR) perlu membangun hubungan yang erat dan berkesinambungan dengan berbagai pihak, termasuk media, organisasi, dan audiens, agar dapat menjadi jembatan komunikasi yang efektif. Dalam era digital yang terus berkembang dengan cepat, PR dituntut untuk mampu beradaptasi dengan teknologi baru, memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, situs web, aplikasi, dan alat komunikasi lainnya guna menyampaikan pesan dengan cara yang interaktif, mudah dipahami, dan menarik. Dengan kemampuan ini, PR dapat berfungsi sebagai fasilitator utama yang memastikan komunikasi berjalan lancar di tengah arus informasi yang semakin deras dan kompleks, serta menjaga hubungan yang harmonis antara organisasi dan publik dalam berbagai kondisi.

Hubungan masyarakat atau *Public Relations* (PR) memiliki peran penting dalam suatu perusahaan ataupun organisasi di pesatnya perkembangan teknologi dan informasi digital. Hubungan masyarakat atau *Public Relations* (PR)

merupakan perantara suatu perusahaan atau organisasi dengan khalayak luas sebagai pemberi citra positif. *Public Relations* (PR) atau hubungan masyarakat. Dalam buku *Effective Public Relations* karya M.Cutlip, S., H.Center, A., & M.Broom, G. (2017), hubungan masyarakat dijelaskan sebagai bagian dari manajemen yang bertujuan membangun dan mempertahankan hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Hubungan ini memiliki peran penting dalam memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi. Oleh sebab itu, peran hubungan masyarakat sangatlah penting dalam membangun citra untuk suatu kepercayaan sekaligus memanfaatkan komunikasi yang menjadi fungsi utama ketika melakukan perencanaan dan penciptaan.

Kegiatan hubungan masyarakat atau PR merupakan peran penting dalam suatu perusahaan atau organisasi dalam menjaga dan memberikan citra positif terhadap perusahaan atau organisasi tersebut, serta memiliki upaya dalam mengatasi permasalahan krisis internal ataupun eksternal dan juga permasalahan yang tak terduga-duga yang dialami perusahaan ataupun organisasi tersebut. Oleh karena itu peran PR sangatlah penting pada suatu perusahaan atau organisasi dikarenakan untuk mengawasi dan memastikan pandangan khalayak terhadap perusahaan atau organisasi dengan baik, maupun terhadap internal dan juga eksternal.

Universitas Pembangunan Jaya memiliki program studi Ilmu Komunikasi dengan adanya 2(dua) peminatan yang dapat dipilih oleh mahasiswanya, salah satu diantaranya yakni hubungan masyarakat (*Public Relations*). Universitas Pembangunan Jaya memiliki dosen pengampu yang ahli dalam bidangnya untuk memberikan pemahaman terkait peran hubungan masyarakat serta tugas-tugas hubungan masyarakat kepada mahasiswanya, sehingga mahasiswa dapat memahami serta mengerti dari dosen pengampu berdasarkan Rancangan Pembelajaran Studi (RPS) yang telah ditetapkan. Mahasiswa diinstruksikan untuk mampu terjun kedalam dunia kerja, oleh karena itu mahasiswa melakukan magang sebagai tempat implementasi pembelajaran selama ini sekaligus mengembangkan kemampuan yang selaras dengan peminatan perkuliahan. Sehingga mahasiswa mampu bersaing dalam dunia kerja Ketika setelah lulus nanti. Menurut Scott Dettman, selaku CEO Avencia menyatakan ada banyak yang dianggap sebagai level pemula pada 30 tahun lalu, kini telah menghilang dikarenakan system otomatisasi. Dari data statistik ada 43% lulusan perguruan

tinggi tidak mendapatkan pekerjaan yang selevel dengan pendidikan perguruan tinggi pada pekerjaan pertama mereka setelah lulus. Berdasarkan dari studi yang sama sekiranya ada dua pertiga dari orang yang berpengangguran selama lima tahun kedepan.

Dengan adanya program magang Merdeka belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang diselenggarakan oleh Pemerintah dengan berbagai fasilitas, kesempatan, dan durasi yang cukup lama yakni selama enam bulan periode magang, diharapkan dapat mengatasi permasalahan tersebut. Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) terutama pada program studi Ilmu Komunikasi juga memiliki wewenang atas melaksanakan program MBKM, oleh karena itu pernharapan dari kolaborasi program studi dengan perusahaan PT. Tangselife Media Utama yang dimana mahasiswa melakukan magang saat ini dapat memberikan potensi terhadap mahasiswa untuk mengeksplorasi berbagai program yang ada pada perusahaan. Dengan adanya kegiatan magang ini, akan membantu Pemerintah memiliki lulusan yang berkualitas berdasarkan kebutuhan dan kemampuan suatu perusahaan.

Kegiatan magang yang dilakukan oleh Mahasiswa merupakan peluang sekaligus pengalaman yang sangat berharga dalam pengembangan kemampuan diri serta pemahaman dalam mempersiapkan untuk memasuki dunia kerja yang sebenarnya. Dengan magang di lingkungan kerja pada suatu perusahaan, mahasiswa dapat melihat langsung prinsip-prinsip akademis diterapkan, memahami lebih dalam pada bidangnya, serta dapat lebih mengasah keterampilan mahasiswa dalam mempersiapkan diri untuk ke dunia kerja serta untuk menunjang karir yang lebih pasti di masa depan nanti.

Tidak hanya itu, dengan kegiatan magang sangat memungkinkan mahasiswa untuk membangun relasi professional. Mahasiswa melakukan interaksi langsung kepada yang professional dalam bidangnya, serta mahasiswa dapat memperluas jaringan dan juga dapat menciptakan hubungan yang berguna di masa mendatang. Dengan adanya relasi hubungan yang professional, sangat memungkinkan mendapatkan peluang besar mendapatkan pekerjaan.

Program magang yang dilaksanakan oleh mahasiswa dapat menentukan minat serta keahlian yang lebih terarah. Pada lingkungan bekerja mahasiswa dapat menghadapi bermacam-macam tanggung jawab serta tugas yang relevan terhadap bidang pembelajarannya, terutama pada hal ini yaitu berhubungan

terhadap komunikasi. Dengan melakukan program magang oleh mahasiswa juga dapat lebih memfokuskan perencanaan karir yang spesifik serta memudahkan untuk membuat suatu Keputusan yang jelas terkait hubungan professional yang akan dituju.

Sebab itu mahasiswa akan lebih percaya diri serta memiliki kesiapan untuk berhadapan dengan tantangan pada dunia kerja dengan melaksanakan magang. Pengalaman yang efektif dapat membuat mahasiswa mencapai pemahaman yang lebih terperinci terkait harapan dan permintaan dunia kerja. Ketika menghadapi rintangan pada suatu organisasi ataupun perusahaan dalam sehari-harinya, mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan adaptabilitas, ketahanan diri bekerja, serta keterampilan interpersonal dalam bekerja di lingkungan kerja professional. Oleh karena itu magang bukanlah semata-mata penting bagi mahasiswa, akan tetapi persiapan diri yang sangat penting sebelum memasuki lingkungan bekerja yang sebenarnya.

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

1.2.1 Maksud Kegiatan Magang

Maksud magang sebagai *Public Relations* di PT. Tangselife Media Utama adalah sebagai berikut:

1. Memperoleh pengalaman bekerja secara langsung pada bidang Ilmu Komunikasi, serta dalam penentuan peminatan hubungan masyarakat pada perusahaan media digital dan bisnis.
2. Mendalami pemahaman terkait peran hubungan masyarakat serta mengembangkan kemampuan *hard skill* dan *soft skill* dalam lingkungan perusahaan media digital dan bisnis,
3. Mengamati cara kerja perusahaan media digital dan bisnis PT. Tangselife Media Utama.
4. Menelaah sekaligus menganalisis proses pembuatan press release perusahaan.
5. Mengetahui dan mengerti budaya bekerja dalam media digital dan bisnis.
6. Memahami lebih dalam peran hubungan masyarakat dalam media digital dan bisnis.
7. Memiliki hubungan relasi yang professional dalam dunia kerja media digital dan bisnis.

1.2.2 Tujuan Kegiatan Magang

Kegiatan magang praktikan sebagai *Public Relations* di PT. Tangselife Media Utama tentunya memiliki tujuan, diantaranya sebagai berikut:

1. Memiliki pengalaman bekerja sebagai *Public Relations* pada perusahaan.
2. Memperoleh pemahaman kemampuan yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk lulusan sarjana S1.
3. Mendapatkan pengalaman di lingkungan kerja yang selaras dengan Rencana Pembelajaran Studi (RPS) Universitas pada perusahaan.
4. Mendapatkan dan mengembang kemampuan mahasiswa pada bidangnya.
5. Membangun relasi profesional dengan perusahaan media digital dan bisnis PT. Tangselife Media Utama.
6. Dapat mengerti cara kerja suatu media digital dan bisnis serta cara berkomunikasi untuk membangun relasi sebagai hubungan masyarakat.
7. Dapat memperkuat program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dengan keterikatan mahasiswa dengan Universitas Pembangunan Jaya.

1.3 Tempat Magang

PT. Tangselife Media Utama merupakan perusahaan media digital informasi dan bisnis. Tangsel Life itu sendiri memiliki beberapa divisi yang terbentuk diantaranya merupakan divisi redaksi yang dimana divisi tersebut melakukan penulisan berita serta menyampaikan berita secara aktual di media informasi website tangselife.com berdasarkan hasil riset serta hasil liputan langsung di lapangan. Divisi kreatif merupakan divisi yang melakukan pengelolaan serta pembuat konten-konten yang ada di sosial media seperti di sosial media Instagram, TikTok, Twitter, Facebook, dan juga YouTube dalam memberikan konten informasi maupun konten promosi bisnis. Divisi marketing merupakan divisi yang melakukan pengelolaan atau perantara antara perusahaan atau bisnis dengan media untuk melakukan promosi suatu produk atau tempat bisnis di media sosial Tangsel Life. Divisi Event merupakan divisi yang melakukan negosiasi dengan venue, komunitas, sponsor, dan media partner dalam perencanaan event melalui pertemuan atau *meeting*, serta mencari dan bernegosiasi artis-artis untuk mengisi event yang akan diselenggarakan. Divisi produksi merupakan divisi yang melakukan untuk menyiapkan kebutuhan *event* sebelum berlangsung seperti melakukan survei, menyiapkan panggung, dan sebagainya yang mendukung kebutuhan *event*. Divisi *finance* atau keuangan merupakan divisi yang melakukan pengelolaan keuangan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan berlangsung serta pengelolaan keuangan promosi yang diperoleh dari perusahaan bisnis lainnya yang menggunakan jasa promosi media Tangsel Life. Magang dilakukan di kantor PT. Tangselife Media Utama yang berlokasi di Jl. Betawi No.22, RT.02/RW.09, Jombang, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten 15414, mahasiswa memasuki divisi *Event* sebagai Hubungan Masyarakat pada perusahaan.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Pelaksanaan periode magang berlangsung selama 6(enam) bulan berdasarkan ketetapan yang berlaku pada program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), yakni mulai dari 1 Juli 2024 hingga 31 Desember 2024. Hari bekerja dari senin hingga sabtu, dengan jam kerja mulai dari 09.00 pagi hingga 17.00 sore serta dengan skema 5(lima) hari WFO(*Work From Office*) dan 1(satu) hari WFH (*Work From Home*). Total jam kerja magang sebanyak 1.422 jam,

mencakup 243 jam dalam bulan Juli (27 hari), 243 jam dalam bulan Agustus (27 hari), 225 jam dalam bulan September (25 hari), 243 jam dalam Oktober (27 hari), 234 jam dalam bulan November (26 hari), dan 234 jam dalam bulan Desember (26 hari).

Tabel 1. 1 Jadwal Kegiatan Magang MBKM di PT. Tangselife Media Utama

No.	Kegiatan	Juni				Juli				Agust				Sep				Okt				Nov				Des		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1.	Menyiapkan CV dan surat pengantar kampus																											
2.	Mengirim dokumen yang dibutuhkan PT. Tangselife Media Utama																											
3.	Diterima dan dinyatakan lolos sebagai peserta magang																											
4.	Pelaksanaan magang di PT. Tangselife Media Utama																											
5.	Penyusunan laporan kegiatan magang																											
6.	Pengumpulan laporan kegiatan magang																											

Sumber: Dokumen Pribadi Praktikan

Skema waktu program kegiatan magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) pada PT. Tangselife Media Utama diuraikan secara rinci dibawah ini:

1. Pada minggu kedua bulan Juni, mahasiswa melakukan penyusunan curriculum vitae serta surat pengantar untuk memenuhi persyaratan dokumen yang dibutuhkan oleh PT. Tangselife Media Utama.
2. Setelah semua dokumen yang dibutuhkan terpenuhi untuk perusahaan, pada minggu ketiga bulan Juni mahasiswa mengirimkan dokumen kepada perusahaan untuk di *review*;
3. Pada minggu keempat bulan Juni, mahasiswa dikabarkan oleh pihak perusahaan bahwasanya lolos verifikasi dokumen untuk melakukan magang di perusahaan PT. Tangselife Media Utama;
4. Dalam waktu 6(enam) bulan, mahasiswa melakukan praktik kerja di PT. Tangselife Media Utama dari tanggal 01 Juli hingga 31 Desember 2024. Selama magang berlangsung, mahasiswa menerapkan teori dan konsep yang telah dipelajari selama ini dengan tujuan menuntaskan tanggung jawab dalam budaya kerja yang professional;
5. Mengacu pada pengalaman kerja yang dilakukan, mahasiswa mengerjakan laporan magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) mulai dari minggu pertama bulan Juli hingga minggu keempat bulan Desember. Mahasiswa menjadikan jurnal, buku, situs web resmi sebagai acuan atau referensi dalam Menyusun laporan.
6. Mahasiswa mempersiapkan dokumen administrasi laporan magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang akan dikumpulkan pada minggu ke 3 pada bulan Desember berdasarkan batas akhir pada tanggal 20 Desember 2024 Kepada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya.