

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Pesatnya kemajuan teknologi komunikasi dan informasi menyebabkan masyarakat dapat dengan mudah saling bertukar informasi. Salah satunya adalah kalangan mahasiswa dan *fresh graduate*. Pada era ini, para mahasiswa terutama *fresh graduate* semakin berambisi untuk mendapatkan pekerjaan yang diinginkannya. Hal ini dilakukan dengan berbagai upaya seperti mengasah kemampuannya melalui *online course*, mengikuti seminar, dan sebagainya.

Dalam upaya mendapatkan pekerjaan merupakan hal yang tidak tergolong mudah bagi para *fresh graduate*. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) per Februari 2022 menyatakan, tercatat angka pengangguran di Indonesia sebanyak 5,83% dari seluruh masyarakat Indonesia yang berada dalam jenjang usia kerja yakni sebanyak 208,54 juta orang (mediaindonesia.com, 2022). Selain itu, data tersebut juga menyebutkan bahwa dari 5,83%, sebagian besarnya merupakan masyarakat dengan lulusan pendidikan jenjang sarjana (S1) serta diploma. Sehingga terjadi fenomena di mana banyak bermunculan *fresh graduate* yang menjadi pengangguran. Padahal, *fresh graduate* diharapkan dapat memiliki keahlian IPTEK yang belum diajarkan dari kampus namun sudah diaplikasikan dalam industri.

Masih banyak perusahaan yang beranggapan bahwa *fresh graduate* belum lihai dalam mengaplikasikan *soft skill* dan *hard skill*-nya. Permasalahan ini termasuk dalam masalah Sumber Daya Manusia (SDM) yang mana berkaitan erat dengan masalah tenaga kerja, karena kualitas pekerja juga menyesuaikan pada kualitas SDM-nya. Oleh karena itu, *fresh graduate* harus diutamakan dalam meningkatkan serta mengembangkan kemampuannya untuk memiliki kualitas pekerja yang sesuai.

Salah satu institusi pendidikan yang sudah ikut andil dalam upaya menyelesaikan permasalahan ini adalah Perguruan Tinggi Swasta Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) yang mana pada kampus ini, terdapat mata kuliah wajib yang bernama Kerja Profesi (KP). KP adalah mata kuliah di mana menuntut mahasiswa untuk terjun langsung dan merasakan dunia profesional. Adanya mata

kuliah ini supaya mahasiswa dapat mengimplementasikan ilmu-ilmu yang sudah didapatkan saat diperkuliahkan. Selain itu, saat menjalani KP ini, mahasiswa akan mulai melatih untuk mengasah *soft skill* maupun *hard skill* yang dimilikinya. Dalam hal ini, mahasiswa UPJ berkewajiban untuk mengambil mata kuliah ini selama minimal 400 jam atau 3 bulan.

Universitas Pembangunan Jaya dengan Program Studi Ilmu Komunikasi mewajibkan para mahasiswa untuk memilih bidang yang sesuai dengan minor yang telah diambil selama perkuliahan. Salah satu minornya adalah *Public Relations* atau Hubungan Masyarakat. Definisi *Public Relations* menurut Cutlip dan Center adalah fungsi manajerial yang menciptakan dan memelihara hubungan yang baik dan berguna antara suatu organisasi atau perusahaan dengan publiknya yang dapat mempengaruhi keberhasilan atau tidaknya suatu organisasi atau perusahaan. Alasan mengapa bidang yang diambil saat kerja profesi harus berkesinambungan dengan minor yang dipelajari, karena untuk menghasilkan suatu kinerja yang nyata serta mampu mengimplementasikan teori-teori kehumasan.

Praktikan merupakan mahasiswa dari program studi Ilmu Komunikasi dengan minor *Public Relations* yang tentunya sudah mengambil dan menyelesaikan mata kuliah lainnya yang berkesinambungan terhadap aktivitas *Public Relations* yang terdiri dari Pengantar Humas, Strategi dan Taktik PR, Penulisan PR, dan Manajemen Hubungan Media Massa. Sehingga, praktikan sudah mendapatkan pemahaman atau gambaran mengenai bagaimana seorang *public relations* menjalin dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak yang terdiri dari pihak eksternal dan internal.

Saat kuliah, praktikan juga mendapatkan tugas terkait kegiatan *public relations* seperti menganalisis cara membangun hubungan yang baik, cara menulis *press release* yang baik, bekerja sama dengan berbagai pihak, melakukan manajemen acara yang dapat mencapai target, dan masih banyak lagi. Oleh karena itu, praktikan memiliki pemahaman baik secara teori dan praktik yang mumpuni untuk melaksanakan bagian dari mata kuliah di Universitas Pembangunan Jaya yaitu kerja profesi dalam bidang *public relations*.

Public relations adalah salah satu divisi atau bagian penting pada perusahaan atau organisasi yang berhubungan terhadap komunikasi perusahaan atau organisasi atau publiknya. Dalam sebuah perusahaan, seorang *public*

relations harus dapat membangun komunikasi baik kepada pihak eksternal maupun internal. Hal ini bertujuan untuk membangun serta meningkatkan reputasi atau citra baik perusahaan. Sehingga, seorang *public relations* harus memiliki kemampuan untuk menjembatani suatu organisasi atau perusahaan dengan publiknya. Selain itu, media massa tentunya memiliki kekuatan besar yang mana dapat berdampak besar juga kepada perusahaan (Darmastuti, 2012:154).

Seorang praktisi *public relations* perlu memiliki pemahaman yang matang mengenai apa dan bagaimana strategi *public relations* yang harus dilakukan. Salah satunya adalah seorang PR dapat melakukan *media relations* sebagai strategi komunikasi. Adanya strategi *media relations* yang baik membuat perusahaan bisa mendapatkan publikasi yang dapat menjangkau masyarakat luas dan membangun reputasi. Dalam *media relations*, PR berkomunikasi dengan redaksi media, khususnya jurnalis yang melakukan liputan dan menulis berita mengenai perusahaan yang direpresentasikan oleh PR. Hubungan antara seorang PR dengan jurnalis menjadi faktor yang menentukan diberitakan atau tidaknya suatu informasi yang diberikan PR kepada media (Pratama, 2018).

Pada saat ini, peran PR dapat dijumpai dalam beragam industri seperti industri media. Pada umumnya, industri media terdiri dari perusahaan dan redaksi. Manajemen perusahaan bertugas untuk mengurus pertumbuhan bisnis dari media, sementara manajemen redaksi bertanggung jawab untuk mengatur teknis dan isi konten ataupun berita yang dihasilkan dari media tersebut. Sebagai perusahaan, media tetap memerlukan aktivitas *media relations* yang bertujuan untuk memperoleh *branding*, karena *branding* dapat membangun citra korporat, produk, bahkan keduanya. *Branding* atau citra tidak dapat diperoleh melalui media yang berdiri sendiri ataupun *media group*. Hal ini dikarenakan, dapat membangun citra yang mana dapat menyebabkan permasalahan, karena isi yang diwacanakan berdasarkan rancangan dari perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, kegiatan *media relations* juga dibutuhkan oleh *media group* untuk menjalin hubungan baik. Sehingga media lain dapat membantu untuk mempublikasikan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan *media group* (Raharjo, 2015).

Berkaca dari hal-hal tersebut, praktikan memilih untuk melakukan kerja profesi di *media group* yaitu MRA Media. MRA Media merupakan perusahaan media yang memiliki media cetak dan radio. MRA Media adalah perusahaan yang menaungi 10 media besar dan terintegrasi di Indonesia. Selain itu, MRA Media

juga merupakan perusahaan yang memproduksi berbagai macam media ternama. Oleh karena itu, praktikan merasa bahwa MRA Media adalah tempat yang cocok untuk melaksanakan kegiatan KP, karena praktikan ingin melihat terkait apa dan bagaimana kelompok media atau *media group* seperti MRA Media dalam membangun hubungan dengan media lain.

Praktikan bergabung pada divisi *Public Relations & Business Communications* untuk menjalankan masa Kerja Profesi. Divisi *Public Relations & Business Communications* di MRA Media sudah terintegrasi sehingga menaungi 10 media yang terdiri dari Harper's BAZAAR Indonesia, Her World Indonesia, Cosmopolitan Indonesia, Mother & Beyond, AlaCASA, Hard Rock FM, Cosmopolitan Radio, Trax, I-Radio, dan Brava Radio. Tugas utama divisi ini adalah menjembatani komunikasi perusahaan baik komunikasi internal maupun eksternal, menjalin relasi dengan media, melakukan *media handling* ketika *event*, *media monitoring*, membuat *press release*, dan menjalin kerja sama dengan berbagai pihak. Sehingga bidang kerja tersebut relevan dengan mata kuliah yang sudah dipelajari saat diperkuliahan yang terdiri dari Manajemen Hubungan Media Massa, Pengantar Humas, Strategi dan Taktik PR, dan Penulisan PR.

Selama menempuh perkuliahan di Universitas Pembangunan Jaya, praktikan memiliki *background* pendidikan sebagai mahasiswa Ilmu komunikasi dengan minor PR, sehingga praktikan perlu memiliki pengetahuan media relations dalam industri media melalui praktek secara langsung.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan minor *public relations*, sehingga penting bagi praktikan untuk memiliki ilmu melalui praktik secara langsung terkait kegiatan *media relations* pada industri media. Hal ini dikarenakan, melalui praktik secara langsung maka, praktikan dapat menerapkan ilmu yang telah didapatkan saat diperkuliahan dan mendapatkan pengetahuan lebih.

Sehubungan dengan laporan kerja profesi ini, praktikan hendak mendeskripsikan mengenai bagaimana prosedur dan sistem pekerjaan sebagai *media relations*. Selain itu, praktikan juga akan menjelaskan apa saja kendala dan hambatan yang dihadapi selama masa kerja profesi berlangsung. Praktikan juga akan menjabarkan terkait bagaimana cara mengatasi atau solusi dalam upaya menghadapi permasalahan saat melaksanakan kegiatan kerja profesi.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi sebagai Media Relations di MRA Media

1. Mempelajari profesi sebagai *public relations* dalam perusahaan media massa *online* dan radio
2. Mempelajari aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh dalam perusahaan media massa *online* dan radio
3. Meningkatkan wawasan, pengetahuan, pemahaman dalam kerja profesional, dan keahlian terkait Media Relations pada industri media massa *online* dan radio

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi sebagai Media Relations di MRA Media

1. Memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam dunia profesional sebagai *public relations* dalam industri media massa *online* dan radio
2. Memperoleh keahlian dan dapat melaksanakan profesi *public relations* terkait kegiatan Media Relations dalam industri media massa *online* dan radio
3. Mendapatkan wawasan, pengetahuan, keahlian dalam dunia profesional, dan pengalaman terkait Media Relations pada industri media *online* dan radio

1.3 Tempat Kerja Profesi

MRA Media merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang media gaya hidup dan hiburan berdiri sejak tahun 1997. Saat ini, payung besar MRA Media menaungi MRA Broadcast Media Division dan MRA Publishers. MRA Broadcast Media Division terdiri dari I-Radio, Hard Rock FM, Cosmopolitan Radio, Trax, dan Brava Radio. MRA Publishers terdiri dari Harper's BAZAAR, Cosmopolitan Indonesia, Her World Indonesia, Mother & Beyond, dan AlaCASA.

MRA Media berlokasi di Wisma MRA dengan alamat Jl. TB Simatupang No.19, RT.7/RW.9, Cilandak Bar., Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12430. MRA Media juga memiliki kantor di Gd. Sarinah, Jl. MH Thamrin No. 11, Jakarta. Praktikan melakukan kerja profesi di Wisma MRA lantai 7 di ruangan divisi *Public Relations & Business Communications*.

Alasan praktikan memilih kerja profesi di MRA Media karena MRA Media adalah industri media yang memiliki 10 media besardan ternama yang bergerak pada bidang *lifestyle and entertainment* yang mana masih eksis hingga sekarang.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

No	Kegiatan	Bulan																			
		Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Mengerjakan CV dan portfolio																				
2	Mencari lowongan magang di media sosial																				
3	Mengirim file lamaran ke beberapa perusahaan																				
4	Mengirim lamaran ke MRA Media																				
5	Melakukan interview user divisi Public Relations & Business Communications																				
6	Mendapatkan offering magang di MRA Media																				
7	Memberikan surat																				

Praktikan menjalani masa Kerja Profesi dengan system *hybrid* mulai 6 Juni hingga 30 September 2022, dengan detail setiap hari Jumat pekerjaan akan dikerjakan secara *work from home*. Pada awal Juni praktikan mendapatkan jam kerja dari pukul 10 pagi hingga 3 sore. Namun, jam kerja ditambah dari pukul 10.00 WIB. sampai pukul 16:00. WIB mulai awal Juli. Jika ada acara tertentu yang harus dihadiri maka praktikan juga bekerja secara profesional setelah pukul 18:00 WIB dan di akhir pekan. Setelah menyelesaikan magang, praktikan harus membuat laporan magang atau kerja profesi.

