

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Dalam praktik pengalaman kerja tentunya juga harus dapat mengasah potensi kemampuan yang ada dalam diri seorang mahasiswa ketika lulus nanti, sebab persaingan yang amat ketat saat ini, juga dapat menyebabkan sedikitnya lapangan pekerjaan yang tersedia karena dapat tergantikan oleh hasil teknologi canggih seperti *Artificial Intelligence* (AI) yang juga diantisipasi kehadirannya dalam perkembangan era *Public Relations* 4.0. Terdapat data survey sebanyak 37% untuk peran seorang humas dalam menjalankan aktivitas media & *stakeholder relations* saat ini dapat dilakukan dengan proses tidak langsung, didukung dengan perangkat teknologi aplikasi secara *online* misalnya dalam penyebaran rilis kepada para media eksternal, dan langsung melalui saluran komunikasi yang dimiliki oleh perusahaannya masing-masing (*owned media*) (Arief, N. & Saputra, M., 2019). Sehingga perlu diperkuatnya beragam keterampilan mulai dari riset dasar, pengembangan konten, evaluasi program, pengelolaan isu, serta kreativitas yang dapat ditelaah secara kritis dan tidak bisa digantikan dengan mesin, karena hal tersebut dapat memengaruhi reputasi dari sebuah perusahaan (Arief, N. & Saputra, M., 2019).

Perusahaan dapat menjadi sebuah wadah pengembangan keterampilan individu yang diimplementasikan dari rangkaian tugas dan tanggung jawab yang diberikan hingga memperkaya keahlian dalam diri seorang individu. Keahlian ini dapat diukur dengan kemampuan seseorang untuk melakukan kegiatan tertentu seperti dapat mempraktikkan komunikasi yang efektif, mengatur, dan mengimplementasikan strategi komunikasi bisnis yang baik sesuai dengan deskripsi pekerjaan yang ada di perusahaan. Berdasarkan persentase data dari *The Business Research Company*, memaparkan bahwa industri PR secara global akan diperkirakan naik sebesar 11,1% di tahun 2022. Meningkatnya kebutuhan ini dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi profesi *Public Relations*, sebab hadirnya *Public Relations* dapat menyatukan semua fungsi menjadi satu sesuai dengan visi misi organisasi. Program hubungan masyarakat komprehensif yang dirancang dengan baik dapat menghubungkan klien dan klien dengan suatu organisasi dan

menciptakan keunggulan kompetitif bagi organisasi (*The Business Research Company*, 2022).

Sebagai seorang mahasiswi yang nantinya akan lulus sebagai seorang Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya yang memilih hubungan masyarakat sebagai minor pilihannya. Praktikan menyadari bahwa ilmu komunikasi merupakan sebuah bidang disiplin ilmu yang luas, dan hal itu pula tercermin dalam prospek kerja di dunia industri yang saat ini semakin beragam seiring dengan berkembangnya dunia digital maupun media massa, yang membawa banyak kebiasaan baru khususnya jika diimplementasikan ke dalam sebuah perusahaan. Sejalan dengan hal ini, Universitas Pembangunan Jaya telah mempersiapkan kompetisi lulusan sarjana yang bermutu dengan memberikan kewajiban bagi mahasiswanya untuk mengikuti program kerja profesi di semester 7. Program kerja profesi ini nantinya dapat berguna bagi para mahasiswa dalam menjalin relasi, pengetahuan dan pengalaman dunia kerja yang sesuai dengan minat dan bakat yang dimilikinya, tentunya sesuai dengan teori-teori yang telah diberikan selama di perkuliahan.

*Public Relations* didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang membangun serta mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang dapat mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan suatu organisasi (Broom, 2013). Keahlian seorang humas tidak hanya mampu untuk dapat membangun sebuah reputasi perusahaan, terlebih pada era saat ini kiprah seorang humas juga berkaitan erat dengan digitalisasi yang terus mengalami perkembangan. Oleh karena itu, sebagai seorang *Public Relations* juga dituntut harus dapat memiliki keterampilan yang baik dalam menjalin hubungan dengan pihak *Internal* dan eksternal di dalam sebuah organisasi. Khususnya di perusahaan, pekerjaan ini berkaitan dengan tugas seorang humas sebagai *media relations*. *Media relations* secara sederhana didefinisikan sebagai hubungan yang setara (timbang balik) antara lembaga atau perusahaan dengan media massa dalam makna seluas-luasnya, mencakup hubungan antara tim PR perusahaan dengan jajaran redaksional media massa, dalam tujuannya untuk mendapatkan publikasi berupa penayangan pada media massa melalui bentuk kerja sama di dalamnya (Sambo, 2019).

Implementasi *media relations* ini dapat dilakukan oleh seorang PR dalam melakukan aktivitas meningkatkan sebuah citra ataupun sebuah program kegiatan

yang sedang dijalankan oleh sebuah perusahaan. Salah satu di antaranya, pada penyelenggaraan sebuah *special event* yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau lembaga (Ardianto, 2013). *Public Relations* melakukan tugas *media relations* sebagai sebuah langkah untuk dapat mempromosikan *event* yang sedang berjalan agar dapat memenuhi target dari terselenggaranya *event* tersebut. Tahapan proses *media relations*, terbagi menjadi tiga tahapan di antaranya: perencanaan, implementasi dan evaluasi.

Relevansi bidang pekerjaan yang dipilih oleh Praktikan di semester 7 ini berkaitan pula dalam membangun pengalaman di dunia kerja sebagai seorang *Public Relations* pada divisi *Marketing Communication* di sebuah perusahaan grup media *online* bernama Grid Network yang merupakan bagian dari Grup Kompas Gramedia. Grid Network merupakan salah satu anak perusahaan yang berada di bawah KG Media sebagai perusahaan dengan reputasi media besar dan berpengalaman di Indonesia, selain itu relevansi uraian pekerjaan tugas yang ada pada perusahaan ini sangat cocok dengan program pembelajaran yang telah diemban Praktikan selama berkuliah, yaitu berkaitan dengan bidang *Public Relations*, yaitu *media relations* dan *partnership*, selain itu Praktikan dapat menambah *softskill* yang bisa berguna di dunia pekerjaan nanti ketika sudah lulus menjadi seorang sarjana S1, terkait dengan *skill* menawarkan, memasarkan, bernegosiasi, hingga menjalin hubungan dengan para *media partner*, *brand* dan *partners* yang terlibat dalam perencanaan acara Otobursa Tumpuk Blek 2022.

Praktikan diberikan tugas dan tanggung jawab dalam melakukan aktivitas *media relations* dalam sebuah *special event* tahunan yang diadakan oleh Grid Network Otomotif Group di tahun 2022 ini yang bertajuk “The 22nd International Otobursa Tumpuk Blek 2022”. Acara tahunan yang bertajuk “The 22nd International Otobursa Tumpuk Blek 2022”, merupakan salah satu acara *flagship* yang selalu diadakan oleh Grid Network Otomotif Group tiap tahunnya. Acara ini telah diselenggarakan sejak Indonesia mengalami krisis moneter yaitu di tahun 1988, dengan tujuan untuk membangun kembali ekonomi khususnya di dalam dunia otomotif, acara ini terselenggara untuk memenuhi kebutuhan audiens pecinta otomotif sekaligus untuk membantu meningkatkan ekonomi pemerintah. Pada tahun ini acara “The 22nd International Otobursa Tumpuk Blek 2022” telah diselenggarakan dengan tema #AutoBangkit dengan harapan ingin memajukan

industri otomotif serta UMKM yang terdampak semenjak pandemi COVID-19 berlangsung.

Acara diadakan secara *offline* dan terselenggara pada tanggal 3-4 September 2022 di Parkir Timur Senayan. Praktikan dalam melakukan praktik Kerja Profesi (KP) menjadi penghubung selaku *Public Relations Intern* pada divisi *Marketing Communication* dengan para pihak eksternal maupun internal yang berpartisipasi dalam pengadaan *event* ini. Pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan dalam menjalin sebuah hubungan dengan media dalam pengadaan sebuah *event* tahunan harus memiliki sebuah *news value*, hingga dinilai menarik untuk dimuat ke dalam bentuk publikasi. Hal ini juga bisa diimplementasikan ke dalam strategi pemasaran ketika berkaitan dengan pengadaan dalam sebuah *event* yang akan diselenggarakan oleh suatu perusahaan. Liputan media tentang peristiwa atau kegiatan yang layak diberitakan dapat menghasilkan publisitas, hal ini dapat dilakukan dengan pengadaan sebuah program yang rutin diselenggarakan suatu perusahaan tiap tahunnya.

Praktikan memiliki tugas utama sebagai seorang panitia *event* sebagai narahubung dan menjalin hubungan baik dengan media eksternal maupun *Internal* untuk menjalin kerja sama (*partnership*) sebagai *media partner*, membagikan *press release*, memberitahukan informasi mengenai *event* yang diadakan, mengundang wartawan untuk datang dan meliput kegiatan di lokasi *event*, melakukan *media registration* di area *press room* pada saat hari H *event*, melakukan media monitoring dan menghitung *news value* selama *event* ini berlangsung dengan mengumpulkan publikasi artikel berita yang utamanya berkaitan dengan pagelaran acara tahunan "Otobursa Tumpuk Blek 2022" yang diadakan pada 3 – 4 September 2022. Hal ini juga dijadikan sebagai sebuah pengalaman pertama dan memperkaya *skill* yang dimiliki Praktikan karena deskripsi pekerjaannya yang dianggap sesuai dengan ilmu, teori-teori, dan keterampilan yang telah diajarkan secara mendalam pada minor Hubungan masyarakat di Universitas Pembangunan Jaya.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi**

### **1.2.1 Maksud Kerja Profesi**

1. Mempelajari aktivitas *Public Relations* yang dilakukan pada divisi *Marketing Communication* Grid Network Otomotif Group dalam penyelenggaraan *flagship event* "Oto bursa Tumpuk Blek 2022".
2. Mempelajari aktivitas *media relations* yang dilakukan selama penyelenggaraan *flagship event* "Oto bursa Tumpuk Blek 2022".
3. Menambah pengetahuan dan pengalaman secara praktek dalam dunia pekerjaan praktisi PR khususnya *media relations* di perusahaan media *online* Grid Network Otomotif Group.

### **1.2.2 Tujuan Kerja Profesi**

1. Mendapatkan pengetahuan sebagai praktisi *Public Relations* dalam praktek Kerja Profesi yang dilakukan pada media *online* Grid Network Otomotif Group.
2. Mendapatkan pengalaman sebagai praktisi *Public Relations* khususnya dalam kegiatan *Media relations* dalam praktek Kerja Profesi yang dilakukan pada media *online* Grid Network Otomotif Group.
3. Mendapatkan pengetahuan dan pengalaman secara praktek dalam dunia kerja praktisi *Public Relations* khususnya di bidang *Media relations* yang telah dilakukan pada media *online* Grid Network Otomotif Group.

## **1.3 Tempat Kerja Profesi**

Tempat kerja profesi yang dipilih Praktikan dalam menjalankan tugas Kerja Profesi ini adalah Grid Network yang berada di bawah PT Penerbitan sarana Bobo sebagai salah satu media yang memayungi beberapa *publishing media* dalam bentuk cetak maupun *online*, dan masih masuk ke dalam grup KG Media yang telah didirikan sebagai pilar ketiga dari perusahaan Kompas Gramedia, setelah Kompas.com, dan Tribunnews.com (Grid,2017). Grid Network itu sendiri mempunyai total 11 kanal jaringan struktur *media business*, salah satunya yang bergerak di bidang *automotive*, atau lebih dikenal juga sebagai Grid Network Otomotif Group. Adapun alamat kantor perusahaan media ini berlokasi di Gedung Grid Network Lt.4, Jl. Gelora VII RT.2/RW.2 Kel. Gelora, Kec.Tn Abang Jakarta Pusat,DKI Jakarta, 10270.

Alasan mengapa Praktikan memilih Grid Network Otomotif Group sebagai tempat untuk melakukan Kerja Profesi adalah karena Grid Network Otomotif Group merupakan sebuah grup media Otomotif terbesar di Indonesia yang telah berdiri dan berpengalaman di bidangnya selama lebih dari 30 tahun, berada di bawah naungan kelompok perusahaan Kompas Gramedia, yang sudah terkenal kiprah sejarahnya sebagai salah satu perusahaan media besar di Indonesia. Media ini terdiri dari beberapa bentuk media cetak (tabloid) dan *online*, di antaranya dengan nama: Gridoto.com, Otomotif Weekly, Otomotifnet.com, Motorplus*online*.com, Tabloid Otomotif, Otorace.id, Otomania.com, Gridmotor.id, dan Otoseken.id.

Salah satu program kegiatan tahunan yang dimiliki oleh Grid Network Otomotif Group dan menjadi acara yang di *handle* Praktikan selama Kerja Profesi ini adalah sebuah bentuk acara *Internal* dengan tajuk Otobursa Tumpuk Blek. Otobursa Tumpuk Blek ini merupakan sebuah acara bursa Otomotif secara *outdoor* berskala besar se-Asia Tenggara yang telah lahir sejak era kondisi krisis moneter ditahun 1998, pada gelaran bursa ini turut menjual *sparepart*, onderdil, dan sebagainya dengan harga merakyat yang terjangkau. Selain itu, acara ini juga turut dijadikan sebagai *campaign* dari Dinas Pariwisata DKI Jakarta yaitu 'Enjoy Jakarta'

#### 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1. 1 Perencanaan Waktu Kerja Profesi

No	Kegiatan	Bulan																											
		Apr				Mei				Jun				Jul				Agt				Sep							
		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	Membuat CV dan Portofolio	■	■	■	■																								
2	Mencari lowongan magang			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																
3	Mengirimkan CV dan lamaran magang							■	■	■	■	■	■																
4	Melakukan proses <i>interview</i> dengan HR									■	■	■	■																



Selain itu juga Praktikan mulai mencari informasi mengenai magang secara *online* melalui beberapa portal lowongan pekerjaan seperti: LinkedIn, Glints, TechinAsia, Jobstreet, dan Instagram dari beberapa latar belakang bentuk perusahaan yang membuka bidang pekerjaan, sesuai dengan minor Hubungan Masyarakat di beberapa tempat seperti start up, agensi, radio, *brand e-commerce*, Kementerian dan perusahaan media *online*. Kegiatan pencarian informasi magang dilakukan beriringan sekaligus dengan mengirimkan CV dan Portofolio, di mulai dari bulan hingga akhir April hingga pertengahan bulan Juni. Banyak CV dan Portofolio yang telah disebar oleh Praktikan ke beberapa perusahaan seperti Grab, *Creative Agency* dan *PR Agency*, Sociolla, Shopee, Tokopedia, Radio Gen FM, IDN Media, Kompas.com, hingga Kompas Gramedia (Grid Network), namun tidak semua perusahaan merespon lamaran magang Praktikan dengan tanggapan yang baik dengan membalas email ataupun menghubungi lewat kontak Whatsapp yang tersedia.

Tepatnya pada sekitar akhir bulan Mei, Praktikan baru mendapat tawaran *interview* dari HR melalui *WhatsApp Call* pada *creative agency* bernama TXT *Creative*, namun terkendala dikarenakan syarat KP dari prodi Ilkom, yang hanya memperbolehkan dua mahasiswa saja di tempat KP yang sama. Maka dari itu, Praktikan kembali menyebarkan CV dan portofolio ke beberapa lowongan perusahaan dari LinkedIn, Glints, dan *e-mail*. Selanjutnya pada awal bulan Juni, Praktikan mulai mendapat ajakan untuk melakukan *interview* HR dan User dari Radio Gen FM secara *offline*, Kompas Gramedia (Grid Network), dan *Creative Agency* (United Creative) melalui *WhatsApp Call* dan Google Meet. Dari ketiga perusahaan tersebut yang lebih dahulu mengabarkan secara resmi penerimaan mahasiswa untuk magang adalah Kompas Gramedia (Grid Network) yaitu pada sekitar tanggal 16 Juni 2022. Maka dari itu, Praktikan lebih mengutamakan kepastian yang telah diberikan dari pihak Kompas Gramedia (Grid Network) untuk selanjutnya dapat memulai magang di hari Senin, tanggal 20 Juni 2022, karena Praktikan sudah mundur selama dua minggu dari jadwal periode KP yang seharusnya masuk di tanggal 6 Juni 2022, tetapi masuk di perusahaan pada tanggal 20 Juni 2022, hal ini dikarenakan beberapa perusahaan baru merespon lamaran magang di awal bulan Juni 2022.

Sebelum memulai magang, Praktikan harus melengkapi dokumen prasyarat KP dari Program Studi untuk selanjutnya dikumpulkan dalam folder



Onedrive. Selain itu adapun dokumen kelengkapan yang dibutuhkan oleh HR Grid Network, berupa: KTP, Rekening Aktif, Foto untuk ID Magang, Surat Pengantar Magang dari Kampus, dan Formulir Data Diri. Kebutuhan dokumen yang diminta perusahaan sudah lengkap dan Praktikan telah mengirim kembali ke HR perusahaan di tanggal 16 Juni 2022 melalui *e-mail*. Selanjutnya, Praktikan mengecek kelengkapan berkas yang harus dikumpulkan oleh Program Studi melalui Onedrive, di antaranya: transkrip nilai semester 6 yang sudah lebih dari 100 SKS sebagai syarat mengambil mata kuliah Kerja Profesi (KP), formulir pengantar Kerja Profesi (KP) untuk perusahaan tempat Praktikan melakukan Kerja Profesi (KP), formulir pengajuan Kerja Profesi (KP) yang diberikan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi, dan formulir penerimaan Kerja Profesi (KP) yang diberikan oleh perusahaan.

Praktikan melakukan Kerja Profesi (KP) sesuai kontrak kerja yang diberikan perusahaan selama 3 bulan, terhitung dari tanggal 20 Juni 2022 sampai dengan 20 September 2021 dengan total 536 jam kerja, dengan sistem hybrid (WFH & WFO), sebanyak 1 kali WFO (di hari Rabu) tiap minggunya. Praktikan melakukan Kerja Profesi (KP) dari hari Senin sampai dengan Jumat dimulai pukul 09.00 – 18.00 WIB yang mana terdiri dari 8 jam kerja + 1 jam istirahat. Tetapi jam tersebut dapat lebih jika sewaktu-waktu Praktikan diperlukan untuk pekerjaan tertentu. Selama Kerja Profesi (KP), pada bulan Agustus 2022 Praktikan turut menyusun laporan yang diawali dari penentuan judul dan penulisan BAB 1. Setelah itu Praktikan melanjutkan penyusunan laporan sampai dengan BAB 4 pada bulan September 2021. Diakhir bulan September, Praktikan mengumpulkan laporan Kerja Profesi pada Onedrive dimulai dari BAB 1-4.