

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikannya, sehingga Laporan Kerja Profesi ini dapat diselesaikan.

Laporan Kerja Profesi dengan judul **“KEGIATAN MEDIA RELATIONS DALAM PROJECT FLAGSHIP EVENT OTOMOTIF TAHUN 2022 PADA DIVISI MARKETING COMMUNICATION GRID NETWORK OTOMOTIF GROUP”** ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan mata kuliah Kerja Profesi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Pengetahuan dan Budaya, Universitas Pembangunan Jaya, Bintaro, Tangerang.

Praktikan menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Laporan Kerja Profesi ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, Praktikan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Laporan Kerja Profesi ini, yaitu kepada:

- 1) Kedua orang tua Praktikan
- 2) Ibu Leenawaty Limantara, Ph.D, selaku rektor Universitas Pembangunan Jaya
- 3) Ibu Clara Evi C. Citraningtyas, Dra., M.A, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Humaniora dan Bisnis.
- 4) Ibu Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 5) Ibu Fathiya Nur Rahmi, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing mata kuliah Kerja Profesi yang telah membimbing Praktikan dengan baik.
- 6) Ibu Suci Marini Novianty, S.I.P., M.Si., selaku koordinator Kerja Profesi.
- 7) Semua dosen yang telah mengajar Praktikan selama berkuliah di Universitas Pembangunan Jaya dan seluruh tenaga kependidikan Universitas Pembangunan Jaya yang telah membantu Praktikan dalam memenuhi kegiatan administratif.
- 8) Mas Heri dan Kak Rahma sebagai *Human Resource* yang membantu kegiatan administratif Praktikan selama melaksanakan Kegiatan Profesi (KP) di Grid Network.
- 9) Mas Lexi dan Mas Anderson sebagai pembimbing kerja, yang telah memberikan kesempatan untuk Praktikan dapat melaksanakan tugas Kerja Profesi (KP) di Grid Network Otomomotif Group.

Akhir kata, Praktikan menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Laporan Kerja Profesi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi Praktikan. Semoga Laporan Kerja Profesi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

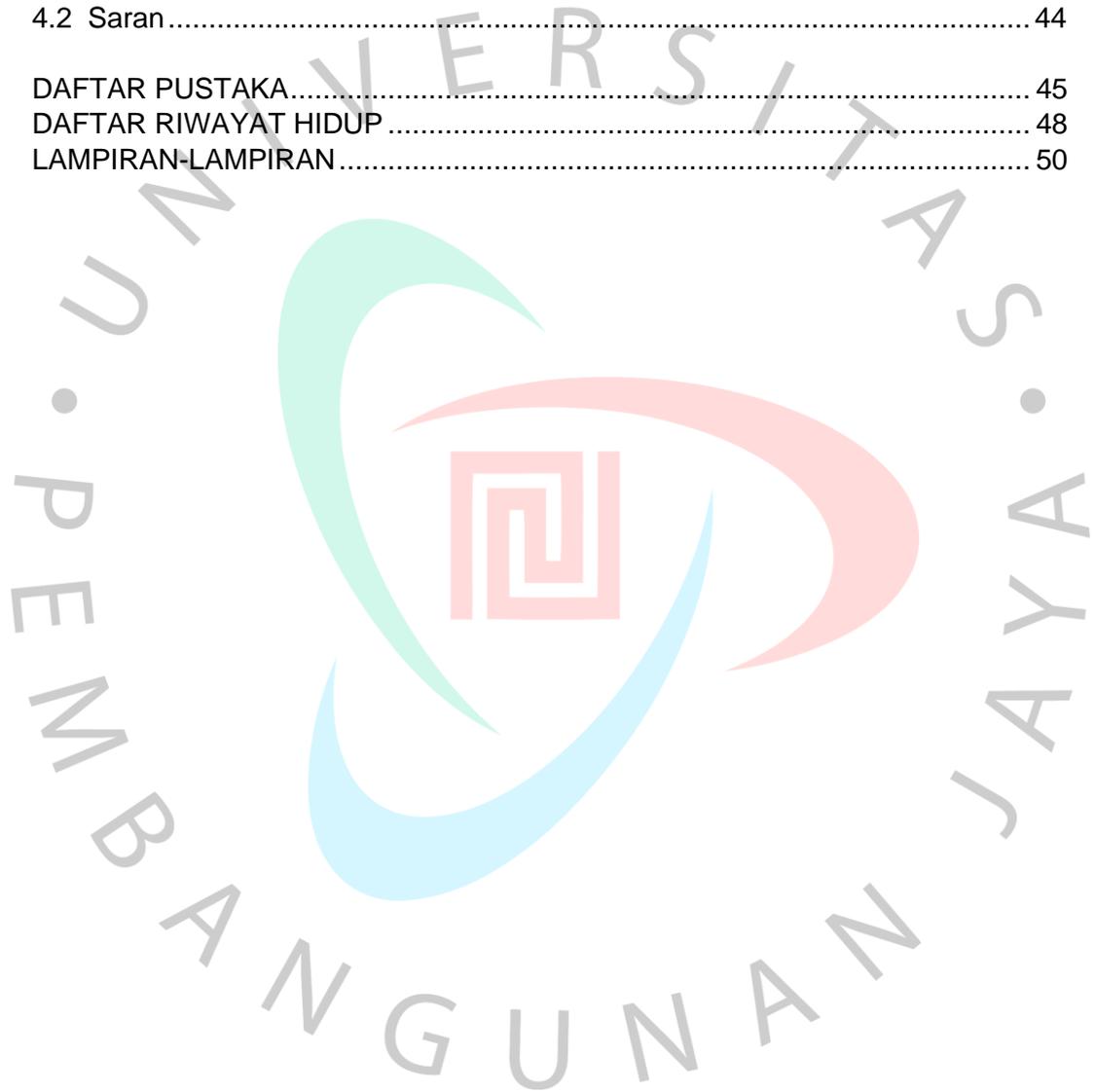
Tangerang Selatan, 30 Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Kerja Profesi	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi	5
1.2.1 Maksud Kerja Profesi.....	5
1.2.2 Tujuan Kerja Profesi	5
1.2 Tempat Kerja Profesi	5
1.3 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi.....	6
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI.....	10
2.1 Sejarah Perusahaan	10
2.1.1 Perusahaan Induk - Kompas Gramedia	10
2.1.2 KG MEDIA	11
2.1.3 Grid Network.....	12
2.1.3 Otomotif Group	13
2.2 Struktur Organisasi Grid Network - Otomotif Group	15
2.3 Kegiatan Umum Perusahaan	16
2.3.1 <i>Digital Activity</i>	16
2.3.2 <i>Offline Activity</i>	17
BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI.....	19
3.1 Bidang Kerja	19
3.1.1 <i>Media relations</i>	19
3.1.1.1 <i>Partnership</i>	21
3.1.1.2 <i>Media Gathering</i>	24
3.1.1.3 <i>Media Monitoring</i>	25
3.2 Pelaksanaan Kerja.....	26
3.2.1 <i>Media relations</i>	27
3.2.1.1 <i>Partnership</i>	29
3.2.1.2 <i>Media Gathering</i>	34
3.2.1.3 <i>Media Monitoring</i>	36
3.3 Kendala Yang Dihadapi	38
3.3.1 Kendala Dalam <i>Media Relations</i>	39
3.3.1.1 Kendala Dalam <i>Partnership</i>	39
3.3.1.2 Kendala Dalam <i>Media Gathering</i>	39
3.3.1.3 Kendala Dalam <i>Media Monitoring</i>	40

3.4	Cara Mengatasi Kendala.....	40
3.4.1	Cara Mengatasi Kendala dalam <i>Media Relations</i>	40
3.4.1.1	Cara Mengatasi Kendala dalam <i>Partnership</i>	40
3.4.1.2	Cara mengatasi Kendala dalam <i>Media Gathering</i>	41
3.4.1.3	Cara Mengatasi Kendala dalam <i>Media Monitoring</i>	41
BAB IV PENUTUP		42
4.1	Kesimpulan.....	42
4.2	Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....		45
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		48
LAMPIRAN-LAMPIRAN		50



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 *Perencanaan Waktu Kerja Profesi* 6



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Kompas Gramedia	10
Gambar 2.2 Logo KG Media	11
Gambar 2.3 Logo Grid Network	12
Gambar 2.4 Logo Otomotif Group.....	13
Gambar 2.5 Struktur Perusahaan Grid Network Otomotif Group.....	15
Gambar 3.1 Worksheet Tabel <i>Online</i> Media Plan Tumppek Blek 2022	30



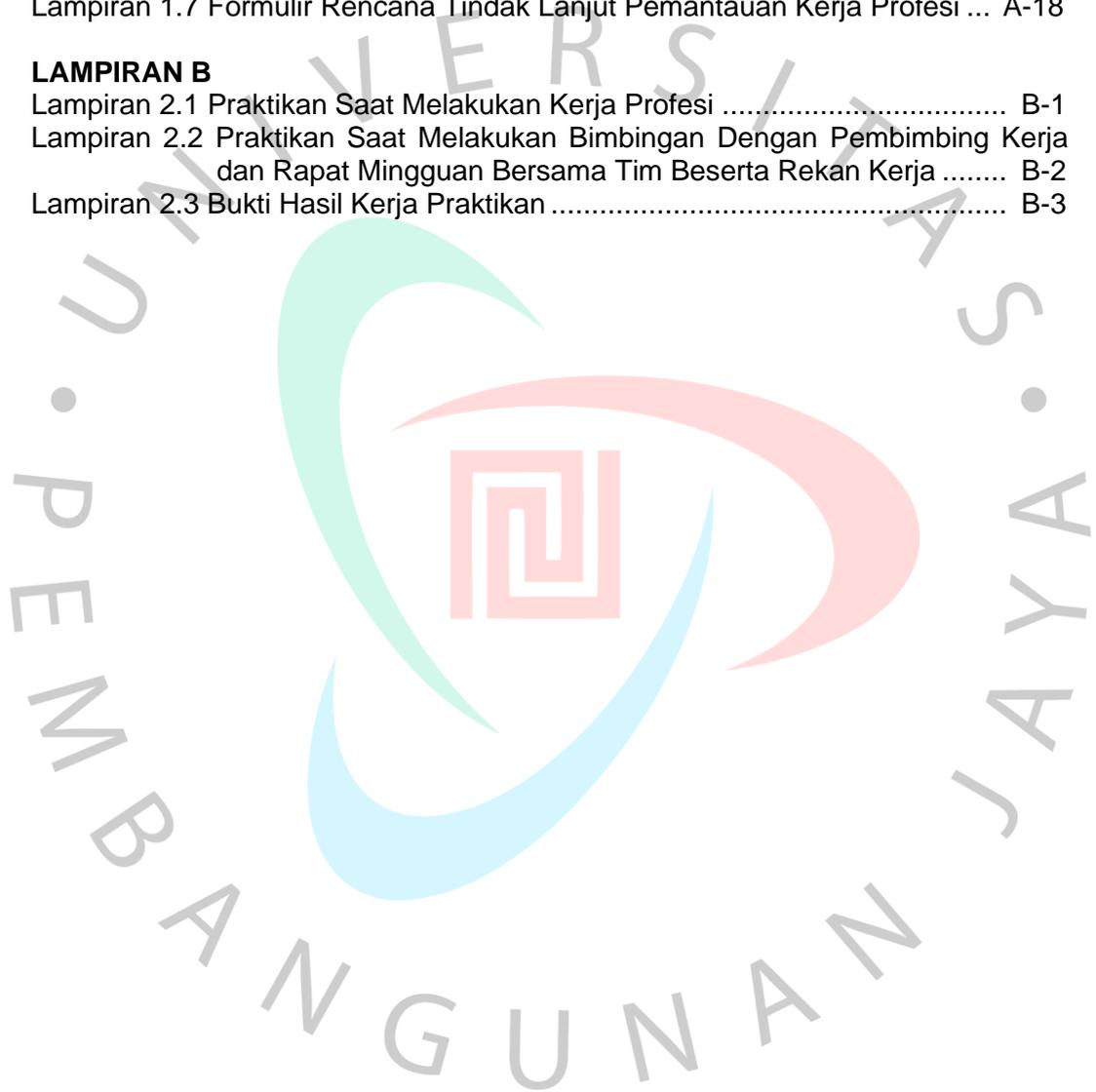
DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Lampiran 1.1 Formulir Pengajuan Kerja Profesi	A-1
Lampiran 1.2 Surat Pengantar Kerja Profesi.....	A-2
Lampiran 1.3 Formulir Penerimaan Kerja Profesi.....	A-3
Lampiran 1.4 Lembar Harian Pelaksanaan Kerja Profesi.....	A-4
Lampiran 1.5 Lembar Bimbingan Kerja Profesi.....	A-16
Lampiran 1.6 Surat Keterangan Pengalaman Kerja	A-17
Lampiran 1.7 Formulir Rencana Tindak Lanjut Pemantauan Kerja Profesi ...	A-18

LAMPIRAN B

Lampiran 2.1 Praktikan Saat Melakukan Kerja Profesi	B-1
Lampiran 2.2 Praktikan Saat Melakukan Bimbingan Dengan Pembimbing Kerja dan Rapat Mingguan Bersama Tim Beserta Rekan Kerja	B-2
Lampiran 2.3 Bukti Hasil Kerja Praktikan	B-3



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.