

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Kerja Profesi

Dalam 100 tahun terakhir industri dan peran *public relations* itu mengalami banyak perkembangan yang begitu pesat. Berdasarkan buku manajemen *public relations* mengutip dari Rheinald Kasali, *public relations* ialah pendekatan-pendekatan yang strategis dengan menggunakan berbagai konsep komunikasi. Sedangkan, menurut Howard Bonham yang merupakan *vice chairman* dari *American Red Cross*, *public relations* merupakan seni untuk dapat menciptakan pemahaman publik yang lebih baik untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap organisasi, badan, maupun individu.

- *Public relations* sangat amat dibutuhkan dan memiliki peranan yang begitu besar bagi perusahaan, dimana untuk dapat mempertahankan dan menjaga dan mempertahankan eksistensi perusahaan. Eksistensi perusahaan itu sendiri sangat amat dibutuhkan untuk dapat menunjukkan keberadaan dari perusahaan di masyarakat. *Public relations* dibutuhkan oleh setiap perusahaan untuk dapat membantu dalam kegiatan manajemen perusahaan. Berbagai aktivitas atau kegiatan - kegiatan *public relations* yang dilakukan dalam perusahaan begitu penting dan dibutuhkan untuk dapat membangun *image*, identitas, atau citra dari suatu perusahaan, sehingga perusahaan tetap bertahan dan mampu menjaga eksistensinya di tengah – tengah persaingan, khususnya pada bidang komunikasi yang berlangsung dalam perusahaan.

Peranan *public relations* dalam suatu perusahaan menjalankan berbagai fungsi sebagai komunikator yang memiliki peran aktif pada berbagai perubahan serta isu – isu yang mungkin dapat terjadi, hal ini juga berkaitan erat dan berdampak terhadap eksistensi dari suatu lembaga atau perusahaan. Dimana menurut Yosol Iriantara (2015) mengungkapkan bahwasanya tujuan dari *public relations* itu sendiri ialah untuk dapat membentuk dan membangun pemahaman publik terhadap perusahaan maupun organisasi, sehingga tercipta hubungan baik serta saling menguntungkan antara semua pihak, yaitu perusahaan dengan

publiknya, dimana hal tersebut dilakukan untuk dapat memelihara citra baik bagi perusahaan.

Peranan dari *public relations* menjadi jembatan antara organisasi dengan publiknya dan antara manajemen dengan para pegawainya sehingga dapat tercapainya *mutual understanding* atau adanya rasa saling pengertian antara pihak satu dengan yang lainya (Morissan, 2014:7). *Public relations* memiliki peranan yang amat penting dalam suatu perusahaan, untuk dapat membangun dan menjaga citra atau pandangan baik publik terhadap perusahaan, hal ini begitu penting dan krusial karena kelangsungan bisnis suatu perusahaan ditentukan oleh nama baik atau citra mereka di masyarakat.

Dengan adanya *public relations* pada suatu perusahaan diharapkan dapat membantu untuk dapat menjadi faktor yang menjadi penentu dalam mempengaruhi seluruh perilaku – perilaku dari publik, sehingga dapat mengenal perusahaan dan menerima produk, jasa, atau gagasan dari suatu perusahaan. Dimana *public relations* dapat mendukung efektivitas dari *marketing* dengan tujuan dari *public relations* itu sendiri yaitu bagaimana menjalin hubungan baik dengan publik yang dimiliki dari perusahaan.

Untuk dapat menjadi seorang praktisi *public relations* yang profesional, dibutuhkan banyak pengalaman, pembelajaran, dan jam terbang yang cukup. Khususnya bagi praktikan sebagai mahasiswi Ilmu Komunikasi, agar mendapatkan gambaran bagaimana peran dan tugas *public relations* di lapangan dan dunia kerja langsung, serta untuk dapat menerapkan berbagai pembelajaran yang didapatkan dari kegiatan belajar selama perkuliahan seputar pengetahuan *public relations* maka dari itu dibutuhkan program magang atau Kerja Profesi bagi mahasiswa.

Program magang menjadi salah satu kegiatan yang penting untuk dilakukan bagi para calon pekerja, sebagai kesempatan dan wadah untuk melatih diri agar lebih siap di dunia kerja nantinya. Berdasarkan UU No. 13 tahun 2003 pada pasal 22 sampai dengan pasal 26 terkait ketenagakerjaan, kegiatan pelatihan kerja dapat dilakukan dengan mengikuti program magang di perusahaan. Kegiatan magang bagi mahasiswa khususnya bertujuan untuk dapat melatih mahasiswa memiliki keahlian sesuai dengan kebutuhan dari industri, serta dapat mengaplikasikan atau melakukan praktik langsung terkait hal yang telah dipelajari di perkuliahan.

Melihat manfaat dan pentingnya program magang, khususnya bagi mahasiswa. Maka dari itu program studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya menjadikan magang atau kerja profesi bagi mahasiswanya sebagai salah satu syarat kelulusan, dengan minimal durasi kerja profesi 3 bulan. Mahasiswa yang telah melaksanakan kerja profesi dan lulus mata kuliah kerja profesi, diharapkan dapat memiliki gambaran secara langsung akan dunia pekerjaan dan bagaimana praktik langsungnya di perusahaan sebelum mereka lulus. Dimana diharapkan pada kesempatan kerja profesi mahasiswa juga dapat menerapkan atau mengaplikasikan teori – teori yang sudah dipelajari dan didapatkan dari bangku perkuliahan secara langsung di industri pada saat melakukan praktik kerja profesi.

Maka dari itu, sebagai salah satu syarat kelulusan, praktikan melakukan praktik kerja profesi guna menambah pengetahuan dan pengalaman khususnya di industri komunikasi sebagai *public relations*, dimana hal tersebut juga sejalan dengan minor yang diambil oleh praktikan. Praktikan memilih perusahaan PT. NET Mediatama Televisi untuk melakukan kerja profesi pada divisi *public relations* NET TV karena ingin mengetahui bagaimana praktik PR di perusahaan yang dilakukan oleh tim PR NET TV. Program magang dilakukan selama 3 bulan mulai dari tanggal 19 Juni sampai dengan 8 September 2023.

Melalui program magang di perusahaan PT. Mediatama Televisi praktikan mendapat banyak pelajaran dan pengalaman sebagai posisi *intern* PR. Sebagai seorang *intern* PR di NET TV praktikan bertanggung jawab untuk melakukan *daily media monitoring* di setiap harinya, melakukan pendataan terkait jumlah publikasi yang didapatkan di media berita digital oleh NET TV. Memantau publikasi dan kegiatan perusahaan kompetitor sejenis, di bidang bisnis dan *entertainment*, serta melakukan pemantauan melalui media berita *online* terkait kebijakan dari KPI maupun KPID yang berkaitan dengan siaran televisi. Selain itu praktikan juga bertanggung jawab untuk turun langsung berpartisipasi pada berbagai program CSR perusahaan NET TV seperti Net Goes To Campus (NGTC), Cantik Bareng NET, Makan Enak Bareng NET, dan masih banyak lagi. Praktikan juga berpartisipasi dalam pelaksanaan *Visit Campus* dari berbagai universitas ke perusahaan NET TV, Tonight Festival, membuat *press release*, membuat pola acara, dan masih banyak lagi.

Dalam hal ini tentunya sejalan dengan berbagai hal yang telah dipelajari oleh praktikan selama di bangku perkuliahan mengenai tugas dan fungsi PR, bagaimana praktik langsung dan pentingnya CSR sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan, hubungan dengan berbagai media atau *media relations*, salah satu upaya memperoleh publikasi melalui *press release*, dan masih banyak lagi. Tentunya juga praktikan mendapat banyak sekali pelajaran pada saat melakukan praktik langsung melalui program magang, salah satu hal yang menurut praktikan paling menarik ialah dimana ketika melakukan *media monitoring*, diketahui bahwa perusahaan media yang sudah besar dan memiliki bukan hanya perusahaan media di bidang televisi tapi juga perusahaan media berita, mereka lebih mudah dan banyak memperoleh publikasi. Dimana publikasi yang di dapatkan dari setiap kegiatan CSR perusahaan ataupun kegiatan penting lainnya dipublikasikan dari media berita *online* milik mereka sendiri. Disisi lain praktikan juga mendapatkan gambaran terkait bagaimana sebenarnya peran dan praktik PR sesungguhnya di industri kerja.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1. Maksud Kerja Profesi

1. Mempelajari profesi terkait kegiatan dan tugas sebagai *public relations* di industri hiburan perusahaan media massa televisi.
2. Melakukan pekerjaan sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya spesifik di minor *public relations*.
3. Mengimplementasikan mata kuliah yang sudah dipelajari dalam dunia kerja pada divisi *public relations* di industri hiburan perusahaan media massa televisi dalam bentuk *media relations* dan kegiatan CSR perusahaan.
4. Mempelajari bagaimana berbagai strategi dalam membangun dan menjalin hubungan yang baik dengan awak media maupun publik yang dimiliki dari perusahaan NET TV itu sendiri.
5. Mempelajari berbagai aktivitas di industri hiburan perusahaan media massa televisi baik acara on air maupun off air.

1.2.2. Tujuan Kerja Profesi

1. Memperoleh wawasan dan keterampilan sebagai *public relations* khususnya di industri hiburan perusahaan media massa televisi.

2. Mendapatkan pengalaman untuk bisa mengaplikasikan secara langsung teori dan pelajaran dari bangku perkuliahan terhadap kegiatan dan tugas seorang *public relations* di industri hiburan perusahaan media massa televisi, khususnya pada kegiatan CSR perusahaan dan *media relations*.
3. Menjalankan strategi dan taktik dalam membangun hubungan dan komunikasi dengan media, serta membangun hubungan dan keterlibatan audiens dengan NET TV melalui kegiatan CSR NET TV.
4. Menjalankan dan terlibat dalam pelaksanaan teknis, mekanisme, serta mengimplementasikan kegiatan acara baik on air maupun off air.

1.3. Tempat Kerja Profesi

Tempat : PT. NET MEDIATAMA TELEVISI (NET TV)

Alamat : Gedung The East, Jl. DR. Ide Anak Agung Gde Agung Kav. E.3.2 No.1 Kel. Kuningan Timur Kec. Setiabudi. Jakarta Selatan 12950, Indonesia

NET TV merupakan akronim dari *News and Entertainment Television*, NET TV saat ini menjadi salah satu jaringan televisi swasta nasional yang ada di Indonesia, NET itu sendiri ialah bagian dari kelompok usaha Indika Group melalui Net Visi Media. Siaran percobaan dari NET awalnya dilakukan pada 18 Mei 2013, dan akhirnya siaran resmi diluncurkan pada tanggal 26 Mei 2013. NET TV pun menggantikan siaran televisi Spacetoon, serta mengambil alih kepemilikan sahamnya sebesar 95% oleh Indika Group.

NET TV sendiri memiliki 2 gedung yang bertempat di dua area yang berbeda, gedung kantor pusat dan juga gedung untuk studio NET Kantor pusat NET TV bertempat di gedung The East lantai 27-29, Jl. DR. Ide Anak Agung Gde Agung Kav. E.3.2 No.1 Kel. Kuningan Timur Kec. Setiabudi. Jakarta Selatan. Kantor pusat NET digunakan untuk keperluan tempat kerja seluruh departemen NET, atau sebagai *office* yang bersifat administratif. Sementara kantor studio NET TV berada di gedung Graha Mitra, Jl. Jendral Gatot Subroto Kav. 21, Karet Semanggi, Setiabudi, Jakarta Selatan. Gedung Studio NET digunakan untuk melaksanakan berbagai produksi konten program tayangan televisi NET, seperti Tonight Show, Gasseun, Tonight Festival, dan lain sebagainya.

Praktikan melakukan kerja profesi di divisi *public relations* di gedung The East Lt. 27 sebagai kantor pusat, namun beberapa kali juga melakukan kegiatan yang bertempat di gedung Graha Mitra studio NET untuk keperluan seperti kegiatan visit campus berbagai universitas ke NET, Tonight Festival, observasi program Gasskeun NET untuk keperluan pembuatan *press release*, dan lain sebagainya. Alasan praktikan memilih untuk melakukan kerja profesi di NET ialah karena NET TV merupakan salah satu perusahaan media massa televisi yang terkemuka di Indonesia. Praktikan memilih divisi *public relations* karena sejalan dengan apa yang dipelajari di bangku perkuliahan yaitu khususnya minor *public relations*.

Praktikan juga ingin mengetahui berbagai kegiatan yang dilakukan oleh *public relations* khususnya di perusahaan media televisi, dimana hal yang menarik ialah bagaimana perusahaan dengan latar belakang media massa televisi menjaga citra dan reputasi mereka di masyarakat dan audiens mereka, dimana mereka juga sekaligus memiliki peran atau kekuatan untuk dapat mengontrol dan mempengaruhi opini publik melalui media massa, khususnya melalui berbagai siaran konten program yang ditayangkan. Praktikan ingin untuk dapat mengimplementasikan pengetahuan dan pengalamannya yang sudah dimiliki di bangku perkuliahan, serta menambah wawasan dan keterampilan khususnya di industri komunikasi bidang *public relations*.

1.4. Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1. 1 Timeline Kerja Profesi Praktikan

NO.	KEGIATAN	BULAN																							
		APRIL				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	2	3	4
1	Update CV, Portofolio, dan Cover	1	2	3	4																				
2	Mencari lowongan magang di internet																								
3	Mengirim lamaran ke beberapa perusahaan																								
4	Mengirim lamaran ke PT. Paragon																								
5	Mengirim lamaran ke PT. NET Mediatama																								
6	Mengirim lamaran ke PT. Cerdas Digital Nusantara (CAKAP)																								
7	Mengirim lamaran ke MAJI Branding Agency																								
8	Mengirim lamaran ke Compas.co																								
9	Mengirim lamaran ke Bank OCBC NISP																								
10	Melakukan Profiling test internship NET																								
11	Melakukan Interview dengan HR PT. NET Mediatama																								
12	Memberikan surat pengantar kampus ke perusahaan																								
13	Pelaksanaan kerja profesi																								
14	Pelaksanaan bimbingan KP																								
15	Pembuatan laporan kerja profesi																								
16	Pengumpulan laporan kerja profesi																								

Dalam pelaksanaan praktik kerja profesi praktikan memulai kerja profesi sejak tanggal 19 Juni hingga 8 September 2023, selama kurang lebih 3 bulan. Dengan waktu mulai kerja di pukul 11.00 WIB dan selesai di pukul 19.00 WIB, selama kurang lebih 9 jam kerja. Total waktu bekerja praktikan dalam menjalankan praktik magang ialah sekitar 540 jam selama 3 bulan. Saat melakukan praktik kerja profesi praktikan lebih banyak bekerja secara luring atau *offline* secara langsung ke kantor. Namun, pada beberapa kesempatan praktikan juga sempat bekerja WFH secara daring atau *online*, ketika rekan magang praktikan masih dalam jumlah yang cukup banyak.

Sebelum praktikan memulai kegiatan praktik kerja profesi praktikan terlebih dahulu melakukan pembaruan CV, portofolio yang dimiliki, dan juga *cover letter*. Setelahnya pada minggu ke 3 bulan April praktikan mulai mencari berbagai kesempatan dan lowongan magang. Ketika sudah menemukan beberapa lowongan praktikan mulai mengirimkan beberapa lamaran ke berbagai perusahaan sambil terus mencari kesempatan dan lowongan lainya sampai minggu ke dua bulan Mei. Praktikan mengirim lamaran ke berbagai perusahaan

seperti PT. Paragon, PT. NET Mediatama, Kompas.co, Bank OCBC NISP, PT. CAKAP, dan MAJI *branding agency*.

Sampai akhirnya mendapat panggilan dari PT. NET Mediatama dan melakukan profiling test di awal bulan Juni. Melakukan wawancara dengan HR PT. NET Mediatama & *user*. Hingga akhirnya setelah menunggu beberapa hari, praktikan dikabarkan bahwasanya diterima sebagai pekerja magang di divisi PR PT. NET Mediatama.

