

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

PT. Pilihanmu Indonesia Jaya merupakan perusahaan yg berfokus pada pendidikan non formal dan informal, dengan memberikan layanan konsultasi bimbingan karir online untuk siswa dan mahasiswa melalui berbagai macam program sebagai produk yang ditawarkan. Aktivitas Marketing Public Relations pada dasarnya melakukan perencanaan, melaksanakan dan mengevaluasi seluruh aktivitas pemasaran dan Public Relations yang bertujuan untuk mendorong penjualan dan kepuasan pelanggan. Terdapat dua bentuk komunikasi yang mendasari aktivitas Public Relations yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi Internal dapat diartikan sebagai bentuk komunikasi atau penyebaran informasi didalam organisasi atau perusahaan yaitu Karyawan, Pemegang Saham, Eksekutif puncak. Sedangkan Komunikasi Eksternal adalah segala aktivitas komunikasi dengan pihak luar seperti Wartawan/Pers, Pemerintah dan Publik atau Khalayak, seperti pengadaan Public Relations Event dan komunikasi melalui Website dan media sosial seperti Twitter, Facebook, Youtube dan Instagram. Sebagai upaya mendapatkan jangkauan yang lebih luas khalayak dan publiknya, Pilih Jurusan memanfaatkan bentuk-bentuk komunikasi eksternal dengan cara menyebarkan informasi mengenai pengembangan pendidikan dan kualitas sumber daya manusia yang cukup memadai untuk mendukung terciptanya generasi emas Indonesia 2045 yang dilakukan berbasis digital untuk dapat menjangkau lebih luas khalayak dan publiknya.

Salah satu kiat PR dalam usaha memperluas khalayak dan publiknya yaitu melalui PR event. Event adalah suatu agenda atau kegiatan tertentu yang menunjukkan, menampilkan dan merayakan untuk memperingati hal-hal penting yang diselenggarakan pada waktu tertentu dengan tujuan mengkomunikasikan pesan-pesan kepada pengunjung. PR event adalah segala bentuk publisitas yang difokuskan untuk tujuan membangun image dan reputasi serta sebagai sarana penyebaran informasi untuk menciptakan mutual

understanding. Hal tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh praktisi PR, terlebih di era pandemi seperti sekarang yang mengharuskan audiens melakukan segala aktivitasnya secara daring ataupun digital. Tidak menutup kemungkinan bagi praktisi PR untuk menyelenggarakan PR Event secara mendadak sebagai bentuk represif dalam menangani issue atau krisis, untuk PR event yang mendadak dikarenakan adanya issue atau krisis, ialah pers conference di dalam hal ini PR akan melakukan klarifikasi mengenai issue atau krisis perusahaan melalui pers conference. Dalam praktiknya, penyelenggaraan event daring terbukti dapat membantu membangun citra dan reputasi, maupun mempertahankan citra dan reputasi yang sudah dibangun. Penyelenggaraan event tersebut harus dapat dikelola dengan baik sesuai dengan kebutuhan event itu sendiri. Divisi Marketing Public Relations pada Pilih Jurusan, bertanggung jawab dalam pembuatan campaign maupun event online baik secara internal maupun eksternal, serta menjaga komunikasi dengan eksternal lainnya dalam upaya membangun awareness dari audiens atau khalayak itu sendiri.

Komunikasi eksternal di era digital tidak terlepas dari penggunaan new media, komunikasi melalui website dan social media. Merujuk pada teori Uses and Gratifications Model oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch, Teori ini memiliki asumsi bahwa khalayak dianggap aktif dalam artian sebagian penting dari penggunaan media diasumsikan punya tujuan. Mereka menemukan bahwa khalayak menggunakan media untuk mengirim pesan, membantu mengembangkan citra diri, dalam kaitannya dengan sosial dan interaksi atau hiburan (Rakhmat, 2001 : 205). Komunikasi digital berperan penting di era pandemi seperti sekarang, karena dengan adanya new media khalayak dapat dengan mudah mengakses dan mendapatkan informasi kapanpun dan dimanapun. PT. Pilihanmu Indonesia Jaya, memanfaatkan penggunaan new media sebagai salah satu cara untuk mempromosikan dan meningkatkan awareness terhadap kegiatan yang sudah, sedang, maupun akan dilakukan. Seperti halnya melakukan publisitas konten dan campaign yang menarik atau sedang hangat dibicarakan oleh khalayak. Serta, menyebarkan informasi terkait event yang akan dijalankan melalui poster ataupun video

yang menarik. Pemanfaatan new media yang baik akan berdampak baik pula pada citra dan reputasi perusahaan.

Kegiatan magang merupakan kegiatan kerja praktek yang dilakukan mahasiswa secara aktif dalam suatu perusahaan. Dengan pesatnya arus globalisasi tidak hanya memunculkan fenomena sosial, budaya, ekonomi dan teknologi, tetapi juga ketatnya kompetisi pada para lulusan perguruan tinggi untuk lanjut ke tingkat selanjutnya. Ilmu pengetahuan dan teknologi yang mahasiswa dapatkan dalam proses pembelajaran di Perguruan Tinggi adalah bekal *hard skills*. Namun, di lapangan atau di dunia kerja sekarang yang terus berkembang mewajibkan lulusan perguruan tinggi memiliki daya tarik atau *soft skills* tersendiri yang bisa didapat dengan melakukan magang atau kerja praktek ini. *Soft skills* seperti pengembangan kemampuan berkomunikasi baik lisan dan tulisan, kemampuan untuk bekerja mandiri dan kelompok, kemampuan menganalisis serta kemampuan lain yang berhubungan dengan perkembangan teknologi seperti mengoperasikan fitur-fitur yang ada di dalam Website, *SEO*, Twitter Facebook, Youtube dan Instagram. Dengan bekal *hard skills* dari perguruan tinggi dan *soft skills* yang di dapat dalam proses magang akan menjadi faktor penting menentukan keberhasilan lulusan perguruan tinggi untuk melanjutkan ke tingkat selanjutnya. Gani (2017:1-5)

Dunia kerja dan kesiapan adalah segala sesuatu yang harus dipersiapkan dalam melaksanakan sesuatu untuk mencapai suatu tujuan. Untuk itu, kesiapan memasuki dunia kerja diperlukan pengetahuan tentang gambaran orang-orang bekerja pada suatu bidang pekerjaan tertentu, Smyth dan Gerbner dikutip Wright (1985). Pada praktiknya dalam dunia kerja membutuhkan orang-orang yang tidak hanya pintar akademiknya tetapi dunia kerja membutuhkan kemampuan berkomunikasi, berintegritas dan kemampuan bekerja individu maupun dengan tim. Komunikasi menjadi kunci dasar kesuksesan. Komunikasi adalah proses penyampaian informasi dari seseorang komunikasi menyampaikan sebuah pesan kepada lawan bicaranya yaitu komunikator, dan proses komunikasi dianggap berhasil jika komunikator

memberikan feedback dan memahami informasi yang disampaikan komunikasi. Kemampuan berkomunikasi dengan baik menjadi kebutuhan penting bagi Perusahaan, dengan kemampuan komunikasi baik akan menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dengan karyawannya.

Berdasarkan latar belakang magang tersebut, titik tumpu utama penelitian penulis adalah Analisis Pengelolaan *Event Public Relations* pada PT Pilihanmu Indonesia Jaya melalui *platform digital*. Terkait upayanya menjangkau lebih banyak khalayak yaitu siswa SMP, SMA/SMK sederajat di seluruh Indonesia serta membentuk citra dan reputasi positif dimata publik eksternalnya. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis aktivitas *Marketing Public Relations* PT. Pilihanmu Indonesia Jaya dalam menyelenggarakan *PR Event*, menyebarkan informasi berbasis *digital*, serta menjangkau lebih luas khalayak dan publiknya.

1.2 LINGKUP PENUGASAN

Lingkup penugasan sebagai pemegang di PT. Pilihanmu Indonesia Jaya (Pilih Jurusan) pada Divisi *Marketing Public Relations* lebih berfokus pada perencanaan, melaksanakan dan mengevaluasi aktivitas pemasaran dan membangun citra dan khalayak yang positif serta menjangkau lebih luas khalayak dan publik Pilih Jurusan. Penugasaan pemegang di antara lain :

1. Perencanaan pembuatan *event eksternal* secara *online*
2. Melakukan media dan eksternal relations (pemerintahan dan komunitas)
3. Melakukan kunjungan ke sekolah dan institusi
4. Menyelenggarakan *Event Eksternal* secara *online*
5. Melakukan evaluasi terhadap perencanaan dan penyelenggaraan *event eksternal*.

Seluruh aktivitas *Public Relations* yaitu perencanaan, penyelenggaraan serta mengevaluasi *event*, membangun relasi dengan media, pemerintahan, komunitas, dan khalayak lainnya dilakukan secara luring dengan berkunjung langsung ke tempat terkait dan daring yaitu interaksi melalui media sosial, baik secara audio, dan gambar maupun video. Lingkup penugasan ini berfokus pada bagaimana membangun interaksi eksternal dengan tujuan memperluas khalayak dan publik Pilih Jurusan dengan memanfaatkan pengelolaan media

sosial untuk sarana penyebaran informasi secara Digital. Kesesuaian dengan jurusan yang penulis ambil yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi pembuatan *Event Eksternal*, pengelolaan media sosial, membangun interaksi baik *internal maupun eksternal* dan membangun ketertarikan yang panjang untuk publik mengunjungi media sosial Pilih Jurusan terus-menerus.

1.3 MANFAAT MAGANG

Adapun manfaat dari pelaksanaan magang di PT. Pilihanmu Indonesia Jaya (Pilih Jurusan), antara lain yaitu :

1.3.1 Bagi Mahasiswa

1. Dengan adanya kegiatan magang di Pilih Jurusan ini mahasiswa dapat membandingkan kesesuaian antara ilmu teori dengan prakteknya serta mempraktekkan ilmu yang sudah didapatkan di Universitas dan menerapkannya di dalam dunia kerja nyata.
2. Diharapkan kegiatan magang ini dapat meningkatkan kerjasama antara Universitas dan Perusahaan.
3. Ikut membantu menyukseskan rencana Indonesia EMAS 2045, melalui penyebaran informasi terkait pengembangan pendidikan dan kualitas sumber daya manusia yang cukup memadai untuk mendukung terciptanya generasi emas Indonesia 2045 melalui layanan konsultasi karir *online*.

1.3.2 Bagi Perusahaan

1. Diharapkan kegiatan magang ini dapat digunakan sebagai bahan bantuan, pertimbangan dan menyukseskan Divisi *Marketing Public Relations* di Pilih Jurusan.
2. Bagi Pilih Jurusan kegiatan magang ini bermanfaat untuk dapat mengetahui kualitas dan kesiapan mahasiswa Universitas Telkom dalam menghadapi dunia kerja nantinya.