

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat membuat seorang praktisi *Public Relations* harus mampu bersaing dan menguasai beragam teknologi yang berkembang saat ini. *Public Relations* (PR) memiliki peran dan fungsi yang berbeda mengikuti kebijakan institusi tempatnya bekerja. Peran dan fungsinya diwujudkan dalam proses dan hasil yang mendukung tercapainya tujuan institusi tersebut. *Public Relations* memiliki cara untuk mengukur keberhasilan dan pencapaian tujuan yaitu dengan melihat publisitas. Publisitas dalam dunia *Public Relations* dapat ditemukan di media massa, baik media cetak, media elektronik, maupun media *online* yang kemudian menjadi salah satu ukuran pencapaian *Public Relations*.

Dewasa ini kesadaran institusi-institusi akan kebutuhan *Public Relations* untuk kemajuan perusahaan sangat besar. Selain itu, kemajuan teknologi dan komunikasi juga mempengaruhi pekerjaan *Public Relations*, *Public Relations* dituntut untuk lebih modern dengan memanfaatkan media. Salah satu peran *Public Relations* yang memanfaatkan media adalah sebagai

*media monitoring online* terhadap isu-isu atau berita yang terkait mengenai instansi atau perusahaan tempat dia bekerja. Dari sinilah semua berita yang berasal dari media massa terkait instansi atau perusahaan dikumpulkan dan dianalisa yang nantinya akan dilaporkan kepada pimpinan instansi atau perusahaan tersebut. Laporan berita tersebut berguna untuk pengembangan dan kemajuan perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan pengalaman selama penulis melakukan kegiatan PKL di PT. Tokopedia, penulis memiliki tanggung jawab untuk melakukan suatu kegiatan yang menurut pendapat penulis sangat berhubungan dengan peran *Public Relations* yaitu melakukan *media monitoring online*. *Monitoring* dilakukan dengan cara mencari dan menyeleksi berita yang berhubungan dengan PT. Tokopedia pada media *online*. Umumnya *media monitoring online* dilakukan dan dibuat dalam format *review* laporan. Dari laporan berita tersebut, *Executive Public Relations* nantinya akan menyeleksi isu-isu apa saja yang diberitakan di media massa sebagai bahan pertimbangan pengambilan kebijakan maupun keputusan PT. Tokopedia. Selain itu, hasil *media monitoring online* tersebut sebagai salah satu cara untuk melihat pandangan masyarakat terhadap PT. Tokopedia.

Dari latar belakang diatas, penulis lebih memfokuskan hasil pengamatan selama magang yaitu pada *media monitoring online* PT. Tokopedia mendapatkan investasi (SIMI & Sequoia) dan Chelsea Islan sebagai *brand ambassador* periode Oktober-Desember 2014.

## 1.2 Tujuan Praktik Kerja Lapangan :

PKL yang dilakukan penulis dimaksudkan untuk mencapai tujuan yang nantinya akan memberikan kegunaan yang baik bagi penulis. Adapun tujuan dilaksanakannya PKL ini antara lain :

1. Memenuhi persyaratan lulus mata kuliah Praktik Kerja Lapangan.
2. Memperoleh pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan mengenai kegiatan *Public Relations* di PT Tokopedia.
3. Mengetahui aktivitas *media monitoring online* sebagai salah satu kegiatan *Public Relations* di PT. Tokopedia.

## 1.3 Kegunaan Praktik Kerja Lapangan

Manfaat dari pelaksanaan PKL (Praktik Kerja Lapangan) ini bagi penulis adalah sebagai berikut :

### 1.3.1 Manfaat Teoritis :

Manfaat teoritis dari pelaksanaan PKL ini adalah memberikan pemahaman terhadap teori-teori mengenai pemanfaatan *media monitoring* oleh *Public Relations*. Selain itu, merupakan evaluasi dari pencapaian materi yang telah dikuasai oleh mahasiswa, memperluas pengetahuan dan pengalaman tentang tugas yang dilakukan *Public Relations*, terutama yang berhubungan dengan kegiatan *media monitoring online* PT.Tokopedia. *Media monitoring online* tersebut

salah satunya yaitu mengontrol berita PT.Tokopedia mendapatkan investasi (SIMI & Sequoia) dan Chelsea Islan sebagai *brand ambassador*.

PT.Tokopedia sangat *appreciate* dengan pemberitaan tersebut, karena hal tersebut tentunya memberikan pengaruh yang positif terhadap citra perusahaan. Dengan adanya pemberitaan tersebut, membuat kepercayaan konsumen dan kredibilitas PT. Tokopedia semakin meningkat serta banyak perusahaan yang ingin bekerjasama dengan PT.Tokopedia.

Di era modern seperti sekarang ini seorang praktisi PR harus mampu memanfaatkan media sebagai salah satu alat kegiatan *Public Relations* dalam pembangunan dan pengembangan bagi perusahaan, dalam hal ini pengembangan bagi PT Tokopedia.

### 1.3.2 Manfaat Praktis :

Manfaat praktis dari pelaksanaan PKL ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai pengaplikasian teori pemanfaatan media oleh *Public Relations*.
2. Mengetahui berbagai macam kegiatan *Public Relations* dalam hal ini PT Tokopedia.

3. Membantu penulis untuk belajar memahami fungsi *media monitoring*.
4. Dapat menjalin hubungan kerjasama dengan pihak PT. Tokopedia.

## 1.4 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

### 1.4.1 Tempat

Kegiatan PKL (Praktik Kerja Lapangan) ini dilaksanakan di Kantor PT.Tokopedia, Graha Handaya, Unit Q-S (Jl. Raya Perjuangan No.12A, Kebon Jeruk), Jakarta Barat, DKI Jakarta 11530, Indonesia–Telp +6221-53691015, website: [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com), e-mail : [contact@tokopedia.com](mailto:contact@tokopedia.com)

### 1.4.2 Waktu

Kegiatan PKL ini berlangsung selama tiga bulan yaitu dimulai pada tanggal 15 September-15 Desember 2014, yang dilakukan pada hari senin, rabu, dan jumat pada jam 09.00 – 18.00 WIB. Pembimbing lapangan yaitu Ranu Prasetyo sebagai *merchant relations* (marketing).