



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan praktek magang di bagian hubungan masyarakat yang selanjutnya akan disebut humas di Pemerintahan Kota Tangerang. Penulis ditempatkan di bawah pimpinan sub bagian peliputan dan dokumentasi Andhika Nugraha K.M, SSTP dan didampingi di lapangan oleh Eka Yulia yang merupakan salah satu staff sub bagian peliputan dan dokumentasi. Dalam keseharian, kedudukan penulis disini sebagai asisten dari Eka Yulia.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selamat dua bulan, penulis melakukan praktek kerja magang di Pemerintahan Kota Tangerang. Dalam melakukan praktek kerja magang, penulis menyadari bahwa apa yang dikerjakan penulis pada saat di bagian humas Pemerintahan Kota Tangerang ini merupakan implementasi dari apa yang sudah dipelajari oleh penulis di Universitas Multimedia Nusantara.

Berikut apa yang dipelajari penulis di Universitas Multimedia Nusantara lalu dipraktekan di Humas Pemerintahan Kota Tangerang :

1. Penulisan Media PR
2. *Media Relations*
3. Fotografi

Secara keseluruhan dua bulan di bagian Humas Pemerintahan Kota Tangerang, penulis menuangkan dalam *timeline* kerja magang. *Timeline* kerja magang tersebut sebagai berikut:

Tabel 3.2
Timeline Kerja Magang

WAKTU	TUGAS
Minggu 1	<ul style="list-style-type: none"> - Perkenalan - Kliping Berita - Liputan Pelepasan Pemusatan <i>Kafilah</i> - <i>Press Release</i> - Analisa Berita
Minggu 2	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping Berita - Liputan Walikota - Pelatihan IMM (<i>Intelligence Media Management</i>) - Liputan Wakil Walikota - <i>Press Release</i>
Minggu 3	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping Berita - Liputan Wakil Walikota - Liputan Walikota - <i>Press Release</i> - Analisa Berita
Minggu 4	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping Berita - <i>Press Release</i> - Analisa Berita
Minggu 5	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping Berita - Analisa Berita
Minggu 6	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping Berita - Analisa Berita - Ikut Hadir dalam Rapat Evaluasi Bulanan
Minggu 7	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping Berita - Liputan Walikota - <i>Point view</i> Walikota - Ikut Hadir dalam Rapat Evaluasi Kegiatan
Minggu 8	<ul style="list-style-type: none"> - Kliping Berita - Analisa Berita - Spesifikasi Berita dari Bulan Mei 2015, Juli 2015 dan Oktober 2015

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Penulisan Media PR

Di dalam praktek kerja magang di bagian humas Pemerintahan Kota Tangerang, penulis lebih banyak melakukan praktek penulisan media PR, yaitu *press release*.

Tahap-tahap penulisan *press release* yang penulis lakukan seperti menghadiri acara yang dikunjungi oleh Walikota, Wakil Walikota dan Sekretaris Daerah Pemerintahan Kota Tangerang. Selanjutnya, penulis mencatat beberapa poin penting yang dikatakan oleh ketiga narasumber dan kemudian membuatnya dalam sebuah narasi.

Press release yang di buat oleh tim humas, nantinya akan disebarakan melalui email kepada wartawan lokal maupun nasional yang bekerja sama dengan Pemerintahan Kota Tangerang untuk dimasukkan ke dalam surat kabar.

Konsep yang digunakan dalam penulisan media PR dari Ardianto dalam bukunya yang berjudul *Handbook of Public Relations : Pengantar Komprehensif*, dikatakan bahwa upaya dalam membina hubungan dengan media, *public relations* melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan media antara lain :

1. *Press Conference* (konferensi pers, jumpa media)

Narasumber bisa seorang pejabat pemerintah atau swasta kepada kelompok wartawan dan bahkan lebih secara serempak.

2. *Press Breafing* (perbincangan dengan media)

Diselenggarakan oleh seorang atau tim *public relations* dengan mengundang wartawan. Tujuannya untuk membicarakan dan mengklarifikasikan topik pada permasalahan yang ada.

3. *Press tour* (wisata media)

Diselenggarakan oleh suatu perusahaan atau lembaga untuk mengunjungi daerah tertentu dan mereka pun (media) di ajak menikmati objek wisata yang menarik.

4. *New release* (siaran pers, *press release*, *broadcast release*)

Sebagai publisitas, yaitu media yang banyak digunakan dalam kegiatan kehumasan karena dapat menyebarkan berita.

5. *Special Event*

Peristiwa khusus sebagai suatu kegiatan *public relations* yang penting dan memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan, mampu meningkatkan pengetahuan dan memenuhi selera publik, seperti peresmian gedung, peringatan ulang tahun perusahaan, seminar, pameran, lokakarya, *open house*.

6. *Press luncheon*

Pejabat *public relations* mengadakan jamuan makan siang bagi para wakil media massa (wartawan atau reporter) sehingga pada kesempatan ini pihak pers bisa bertemu dengan *top management* perusahaan atau lembaga guna mendengarkan perkembangan perusahaan atau lembaga tersebut.

7. *Press interview* (wawancara media)

Sifatnya lebih pribadi dan lebih individu. Pejabat *public relations* atau *top management* yang di wawancara hanya berhadapan dengan wartawan atau reporter yang bersangkutan. (Ardianto, 2011 h. 267-268)

Berdasarkan yang penulis alami dalam praktek kerja magang dengan konsep yang ada, penulis bisa katakan kalau Pemerintah Kota Tangerang sudah menjalankan *public relations* dengan baik.

Penulis memperhatikan bahwa dari semua konsep yang ada, Pemerintahan Kota Tangerang sudah menjalankannya dengan baik. Namun, dari konsep-konsep yang ada, penulis hanya di haruskan untuk membuat *press release*.

Kendala yang dihadapi oleh penulis pada saat membuat *press release* adalah mengembangkan setiap informasi yang di dapat ke dalam sebuah paragraf sehingga menarik untuk di baca.

Selain itu, penulis juga mengalami sedikit kesulitan pada saat mendengar nama-nama yang terlalu cepat di sebut dan juga angka-angka yang di sebut. Penting untuk penulis mempelajari teknik penulisan *press release*, karena menyangkut nama baik perusahaan.

3.3.2 *Media Relations*

Selain penulisan media PR, penulis juga mempelajari *media relations* dengan membuat analisa media atau berita, kliping berita dan spesifikasi berita.

Sumber yang penulis peroleh adalah dari surat kabar lokal maupun nasional dan juga melalui berita *online*.

Surat kabar lokal maupun nasional yang digunakan oleh Pemkot seperti *Satelit News*, *Tangerang Raya*, *Tangerang Express*, *Radar Banten*, *Kabar Banten*, *Pos Kota*, *Banten Raya*, *Bisnis Indonesia*, *Koran Sindo*, *Kompas*.

Analisa media yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan konsep *media relations* oleh Iriantara di dalam bukunya yang berjudul "*Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Taktik*" bahwa mengelola relasi yang baik dengan media menjadi sangat penting untuk menunjang kegiatan PR. Bahkan di banyak organisasi, ukuran keberhasilan kegiatan PR seringkali didasarkan pada jumlah pemberitaan yang di siarkan *media massa*. (Iriantara, 2005, h. 80)

Ada lima prinsip dasar yang menjadi pedoman praktisi *public relations* dalam berhubungan dengan *media massa* yaitu :

1. Memperhatikan *deadline media massa*.
2. Jangan pernah berbicara bohong, bicara benar atau diam.
3. Mengembangkan kedekatan dan hubungan akrab dengan media.
4. Menjadi narasumber yang berharga.
5. Jangan membuka pertengkaran yang tidak perlu. (Iriantara, 2005, h. 92)

Penulis juga memberikan analisa media yang sumber berita berasal dari *media online* seperti *Banten Hits*, *Okezone*, *Republika*, *Seputar Indonesia*, *Tangerang News*, dan *Vivanews*.

Proses analisa berita yang peneliti lakukan adalah lisan dan berhadapan dengan Kabag Humas. Menceritakan berita yang ada pada hari itu, dimana penulis analisa dan penulis melakukan analisa dari pemberitaan yang positif, netral dan negatif. Menceritakan sudut pandang penulis dan juga media dari berita tersebut. Memberikan solusi yang tepat untuk pemberitaan tersebut.

Bertukar pikiran dengan Kabag Humas, seperti apa seharusnya media dan bagaimana seorang Kabag Humas dapat menjalin hubungan baik dengan media. Dengan banyaknya pengalaman Kabag Humas dengan media, membuat penulis banyak belajar dalam menjalin hubungan baik dengan media nantinya.

Kliping berita merupakan tugas rutin atau tugas harian penulis. Sumber berita yang di ambil berasal dari surat kabar, lalu di potong dan di rekatkan pada kertas dengan kop surat pemkot. Berita – berita yang penulis potong adalah berita mengenai Kota Tangerang, Walikota, Wakil Walikota dan juga Sekretaris Daerah. Topik-topik yang dicari adalah seperti politik, kesehatan, lingkungan, kebersihan, kriminal, kebudayaan, dan keagamaan.

Kumpulan kliping tersebut nantinya akan di bawa oleh Usman yang merupakan staf humas pemkot dan dibawa ke ruangan walikota. Kliping berita ini adalah permintaan dari walikota untuk mempermudah beliau dalam melihat kondisi Kota Tangerang saat ini dan terbaru.

Spesifikasi berita penulis mendapatkan data dari *IbDesk* dan *Isentia*. Kedua aplikasi *online* ini dapat di akses dengan *username* dan *password* pemkot. Setelah penulis mengakses dengan seijin staf humas, kemudian penulis mulai membaca satu per satu berita dan memberikan spesifikasi berita dengan menambahkan di

bagian topik berita. Topik-topik yang di buat adalah seperti politik, kesehatan, lingkungan, kebersihan, kriminal, kebudayaan, dan keagamaan.

Penulis melihat dari lima prinsip dasar yang di jelaskan oleh Iriantara merupakan prinsip yang cocok digunakan oleh Pemerintahan Kota Tangerang dalam prakteknya. Terlihat dari pemberitaan yang ada di surat kabar cetak maupun *online*.

Pemberitaan negatif sedikit terlihat pada saat penulis melakukan analisa media, karena tim humas dan juga pemerintah menjaga hubungan baik dengan wartawan dan narasumber yang terpercaya yaitu Walikota, Wakil Walikota, Sekretaris Daerah, bahkan Kepala Bagian Humas.

Kendala yang di hadapi penulis pada saat melakukan analisa media adalah pada saat penulis harus melakukan spesifikasi berita dari tahun 2015 hingga tahun 2015 dari berbagai macam surat kabar. Perbulan berita yang menyebar ada sekitar 1.000 berita dan harus dilakukan spesifikasi berita apakah berita tersebut bersifat positif, netral atau negatif.

U M N

3.3.3 Fotografi

Dalam pembuatan *press release*, penulis juga mengambil foto dan merekam pembicaraan selama ketiga narasumber sedang pidato atau menyampaikan sambutan. Data foto nantinya dilampirkan dalam *press release* yang penulis buat dan untuk lampiran di laporan praktek kerja magang. Sedangkan merekam pembicaraan ini bagi penulis untuk membantu penulis dalam pembuatan *press release*, karena tidak semuanya penulis dapat mengingat sehingga dapat terlewat.

Dokumentasi penting digunakan oleh tim humas, karena dokumentasi yang dimiliki oleh Pemkot membantu para wartawan untuk mendapatkan berita yang tidak di datangi oleh mereka.

Menurut Frank P.Hoy dalam buku Audy Mirza Alwi yang berjudul *Foto Jurnalistik* ada delapan karakter foto jurnalistik adalah sebagai berikut:

1. Foto jurnalistik

Komunikasi melalui foto (*communication photography*). Komunikasi yang dilakukan akan mengekspresikan pandangan wartawan foto terhadap suatu objek, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekspresi pribadi.

2. Medium foto jurnalistik adalah media cetak, Koran atau majalah, dan *media* kabel atau satelit juga *internet* seperti kantor berita (*wire services*).

3. Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.

4. Foto jurnalistik adalah paduan dari foto dan teks foto.

5. Foto jurnalistik mengacu kepada manusia. Manusia adalah subjek sekaligus pembaca foto jurnalistik.
6. Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak. Ini berarti pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima orang yang beraneka ragam.
7. Foto jurnalistik juga merupakan hasil kerja editor foto.
8. Tujuan foto jurnalistik adalah memenuhi kebutuhan mutlak penyampaian informasi kepada sesama, sesuai amandemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers (*freedom of speech and freedom of press*). (Audy, 2004, h. 4-5)

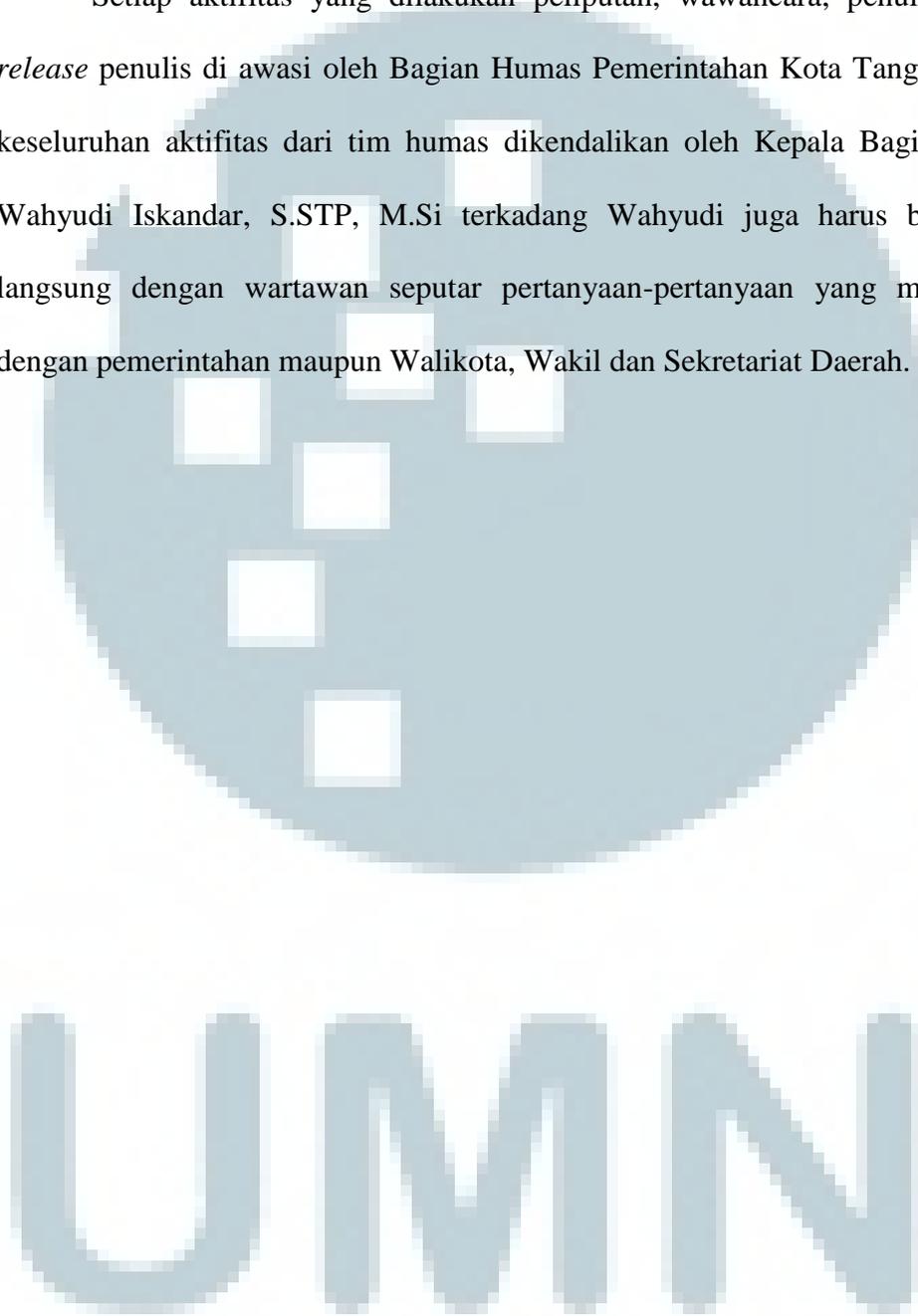
Foto jurnalistik adalah karya foto yang memiliki nilai berita. Bersifat aktual sebagai berita yang mampu mengungkapkan kejadian, menjelaskan, dan menimbulkan rasa ingin tahu. Foto jurnalistik berarti membuat berita dengan menggunakan foto sebagai media informasi.

Dalam prakteknya, humas pemkot menggunakan fotografi untuk dokumentasi kegiatan pemerintahan. Konsep yang di gunakan penulis ini cukup menggambarkan kegiatan liputan sehari-hari dari humas Pemerintahan Kota Tangerang.

Melalui foto-foto atau liputan yang di buat oleh humas pemkot, nantinya akan di sebarkan melalui *email* dan untuk kegunaan publikasi. Hasil dokumentasi ini untuk di masukan ke surat kabar lokal maupun nasional dan berita *online*.

Kendala yang di hadapi penulis adalah pada saat hendak membuat foto pada saat liputan, kurang fokus pada narasumber sehingga tampak buram dan harus di foto kembali, sehingga *moment* yang tepat tidak bisa di dapat.

Setiap aktifitas yang dilakukan peliputan, wawancara, penulisan *press release* penulis di awasi oleh Bagian Humas Pemerintahan Kota Tangerang, dan keseluruhan aktifitas dari tim humas dikendalikan oleh Kepala Bagian Humas Wahyudi Iskandar, S.STP, M.Si terkadang Wahyudi juga harus berhadapan langsung dengan wartawan seputar pertanyaan-pertanyaan yang menyangkut dengan pemerintahan maupun Walikota, Wakil dan Sekretariat Daerah.



UMN