



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

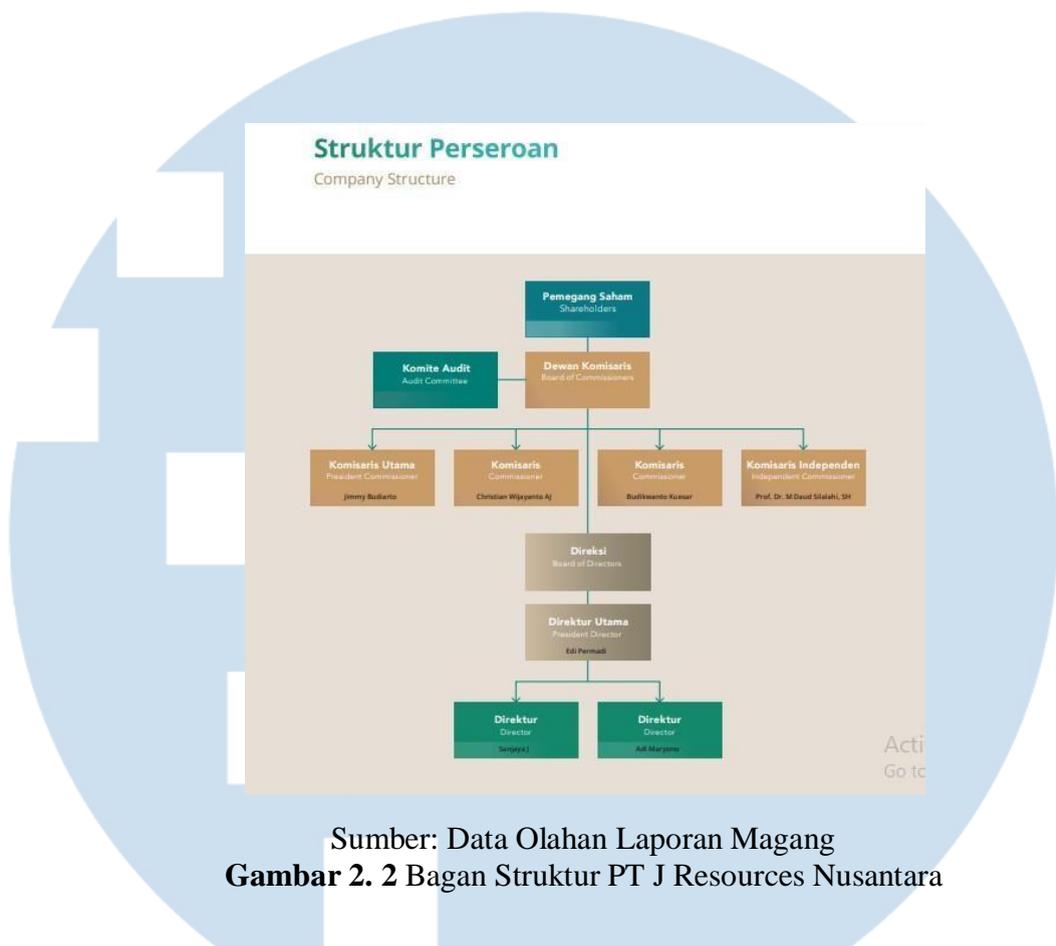
### 2.1 Profil Perusahaan

PT J Resources Nusantara merupakan afiliasi anak perusahaan dari PT J Resources Asia Pasifik Tbk (PSAB) sebagai perusahaan induk yang berbasis di Indonesia. Secara garis besar perusahaan PT J Resources Asia Pasifik Tbk (PSAB) bergerak dalam mengelola dan berinvestasi pada bisnis pertambangan emas dan bisnis logam mulia di kawasan Australia. PT J Resources Nusantara memiliki produksi pertambangan emas yang terletak di daerah Penjom, Malaysia dan Lanut Sulawesi Utara. Kegiatan beberapa tambang aktif berproduksi dan lainnya bergerak dalam pengembangan dan eksplorasi, yang terletak di Bulagidun, Bolangitang, dan Tembaga di Sulawesi Utara.

PT J Resources mulai beroperasi secara komersial sejak 1 Mei 2002, yang saat ini dipimpin oleh Bapak Edi Permadi sebagai Presiden Direktur. PT J Resources Nusantara memahami bahwa keberadaan *media relations* dalam perusahaannya merupakan bagian yang penting bagi perusahaan. Peran *media relations* adalah membantu PT J Resources Nusantara dalam memfilter isu-isu yang sedang ramai dibicarakan di berita dan publik. Hal tersebut dilakukan agar citra dan reputasi baik yang telah perusahaan bangun selama bertahun-tahun tetap terjaga. Divisi *media relations* dalam perusahaan J Resources Nusantara diharapkan dapat bekerja secara fleksibel, dalam artian harus selalu siap untuk mengatasi isu-isu atau krisis yang suatu waktu menyerang perusahaan.



Sumber: PT J Resources Nusantara  
**Gambar 2. 1** Logo PT J Resources Nusantara



Sumber: Data Olahan Laporan Magang  
**Gambar 2. 2** Bagan Struktur PT J Resources Nusantara

## 2.2 Visi, Misi, dan Nilai PT J Resources Nusantara

Visi dan misi PT J Resources Nusantara adalah mengoperasikan perusahaan pertambangan yang inovatif, bergairah tentang keberlanjutan, pertumbuhan dan merek kami. *“To Operate an Innovative Mining Company, Passionate about Sustainability, Growth and our Brand”*. Dan dilengkapi dengan nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kepemilikan, integritas, gairah, inovasi dan saling menghormati.

## 2.1 Ruang Lingkup Kerja Divisi Media Relations

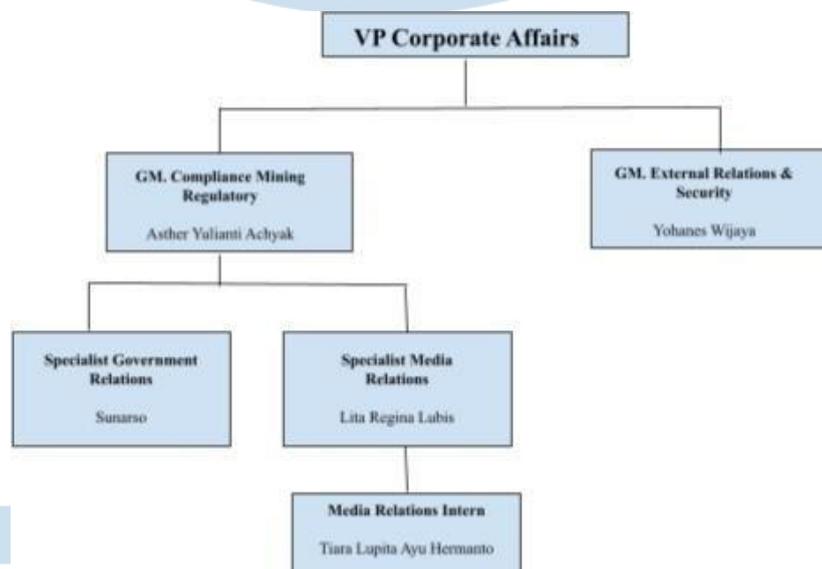
Adapun ruang lingkup kerja divisi *media relations* di PT J Resources adalah menjadi garda depan perusahaan dengan tujuan utamanya untuk menjaga dan mempertahankan citra serta reputasi perusahaan dengan memfilter isu-isu yang berkaitan dengan perusahaan.

Tugas *media relations* di PT J Resources Nusantara adalah membuat *press release*, melakukan *media monitoring* berita dan sosial media, membantu menyiapkan *press conference*, membuat serta memperbaharui *media list*, memantau

seluruh berita berkaitan dengan perusahaan, yang diunggah oleh media-media nasional maupun lokal di Indonesia. Tim *media relations* juga memiliki tanggung jawab untuk memastikan rilis yang ditulis oleh rekan media atau penulis berita sesuai dengan keinginan perusahaan. Tentunya divisi *media relations* diharuskan untuk bisa menjalin hubungan yang baik dengan rekan-rekan media atau pihak penting yang berkaitan dengan perusahaan.

Divisi *media relations* di PT J Resources Nusantara memiliki standar yang ditetapkan oleh perusahaan untuk pegawainya yang berada dibawah divisi *media relations*, yaitu:

- a. Memiliki kemampuan untuk mendekati rekan media, penulis berita dan orang yang memiliki kepentingan perusahaan, melalui *power mapping* yang melihat dari sisi kedudukan, status, atau politik.
- b. Memiliki kemampuan untuk mendekati rekan media, penulis berita dan orang yang memiliki kepentingan dengan perusahaan, melalui *interest mapping* yang melihat dari segi personal (makanan apa yang disukai?, bagaimana dengan keluarganya?).



Sumber: Data Olahan Laporan Magang  
**Gambar 2. 3** Bagan Struktur Divisi Media Relations