



### **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 bekerja didalam Tim Sub Bagian Pelayanan Informasi dan Monitoring Berita, yang berada di bawah divisi Humas. Selama bekerja magang, penulis mengerjakan tugas-tugas *media relations* yang dibimbing oleh Yunita Virdianti selaku Kepala Sub Bagian Pelayanan Informasi dan Muallim sebagai Sub Bagian Pemberitaan dan Analisis Berita.

#### 3.2 Tugas Yang Dilakukan

Tabel 3.1 Aktivitas Magang

Aktivitas yang di lakukan	Minggu ke -												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. <i>Media Relations</i>													
2. <i>PR Writing</i>													
3. <i>Event Management</i>													

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 *Media Relations*

Bekerja sebagai Humas di Pemerintahan Kota Tangerang tentunya tidak terlepas dari kerjasama dengan beberapa divisi dan pihak-pihak terkait, sehingga sebagai Humas Pemerintah perlu melakukan adanya aktivitas *media relations*.

Suradinata (1999, h. 15) dalam Sunarto (2013, h. 32) mengatakan bahwa pemerintah paling baik diartikan sebagai organisasi lembaga negara untuk menyatakan dan menjalankan kekuasaan (*Government is best defines as organization agency of state, expressing and exercising of authority*).

Humas Pemerintah mempunyai peran penting dalam menyebarkan dan mempublikasikan suatu kegiatan yang dilakukan oleh instansi yang bersangkutan agar dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai baik di dalam maupun di luar instansi. Penyediaan informasi ini merupakan ekspresi dari upaya memenuhi hak atau kebebasan masyarakat untuk memperoleh informasi.

Penulis melakukan pekerjaan sebagai Humas yang khusus menangani Sub Bagian Pelayanan Informasi dan *Media Monitoring*, sehingga pekerjaan yang di ambil oleh penulis berkaitan dengan aktivitas *Media Relations*. Menurut Wardani (2008, h. 151-152) Tujuan perencanaan *Media Relation*, yaitu:

1. Untuk membangun *image* dan reputasi positif perusahaan: dengan adanya acara yang rutin memiliki nilai berita yang tinggi, maka hubungan dengan media akan semakin baik.
2. Untuk menklarifikasi opini negatif yang kurang benar di masyarakat: Perencanaan media, bias dilakukan dalam masa pertumbuhan, masa pro kontra dan masa *consensus* atau kesepakatan publik terhadap isu yang dibahas dan terkait dengan perusahaan.
3. Untuk mengalihkan perhatian publik dari isu negatif ke isu yang lebih positif: Dalam situasi perusahaan yang tidak bisa menghindari isu negatif di media Massa, maka perusahaan dapat membuat agenda

setting sendiri yang membuat publik juga melihat sisi lain perusahaan yang lebih positif.

4. Untuk memudahkan media dalam menentukan kegiatan peliputan: kedekatan hubungan media dengan marasumber di perusahaan, akan memudahkan media menemukan nama narasumber di perusahaan untuk mengomentari isu yang diagendakan oleh media itu sendiri.
5. Menjaga hubungan baik serta mengevaluasi publisitas: perencanaan yang rutin juga akan menjaga hubungan baik yang konsisten antara pengelola organisasi dengan pihak media.

Dalam kegiatan *media relations* Humas Pemerintah Kota Tangerang melakukan aktivitas seperti *media monitoring* yang di mana aktivitas tersebut memonitor sebuah berita yang terkait dengan Pemerintah Kota Tangerang. Ada beberapa hal yang perlu dilakukan dalam upaya memonitor sebuah berita, seperti mencari berita mengenai Pemerintah Kota Tangerang di beberapa media kemudian menggantung berita tersebut dan memisahkannya setelah itu melakukan pembuatan *form* untuk menentukan berita tersebut sebagai *Press Release* atau liputan wartawan dan terakhir menempelkan berita tersebut sesuai dengan form yang sudah ada.

Organisasi yang menjalankan *media relations* juga perlu mengetahui kepentingan-kepentingan bisnis media. Dengan demikian akan memudahkan serta mengeratkan kerjasama antara kedua pihak. Hubungan *media relations* yang efektif adalah hubungan yang memberikan benefit atau keuntungan bagi kedua belah pihak. Di satu sisi media mendapatkan informasi yang menarik, dan di sisi lain perusahaan Akan tercapai tujuannya dalam menyebarkan informasi berharga kepada publik yang luas melalui media massa (Wardani, 2008, h. 7).

Bagi organisasi, media massa mempunyai peranan penting dalam penyebaran informasi/berita kepada masyarakat juga kepada pemerintah (pejabat-pejabat pemerintah) dan dalam bentuk pendapat umum. (Rachmadi, 1992, h. 54 dalam Wardani, 2008, h.7).

Melihat teori yang dijelaskan oleh Wardani dan Rachmadi penulis melihat keberadaan teori tersebut sudah diterapkan oleh Pemerintah Kota Tangerang sehingga tujuan yang ingin dicapai oleh Pemerintah Kota Tangerang dapat berjalan sesuai dengan tujuannya.

### **3.3.2 PR Writing**

Penulis menulis sebuah informasi atau berita melalui *PR Writing*. Dalam melakukan sebuah penulisan harus adanya informasi sehingga penulis dapat menulis dan menyebarkan informasi atau program-program yang dilakukan Pemerintah. Dalam melakukan penulisan untuk sebuah berita penulis perlu mendengarkan sebuah audio atau pidato yang disampaikan oleh Walikota/Wakil Walikota.

Sebagai *Public Relations* dalam Humas Pemerintah dituntut untuk bisa menulis sebuah berita yang bertujuan untuk adanya media komunikasi kepada masyarakat atau media sendiri. Sehingga pemerintah dapat menginformasikan aktivitas atau sebuah program yang sedang dilakukan oleh Pemerintah. Dengan adanya media komunikasi melalui sebuah berita masyarakat atau media mendapatkan keterbukaan informasi yang disediakan oleh Pemerintah Kota Tangerang.

Praktisi *Public Relation* bertanggung jawab membuat bermacam-macam media komunikasi. Tujuannya sebagai sarana komunikasi dua arah dengan publiknya. Melalui media komunikasi tersebut, semua program *Public Relations* bisa menyebar dan dipahami publik. Media komunikasi *Public Relations* antara lain *Newsletter*, buletin, majalah dinding (*message board*), *company profile*, *press-release*, naskah pidato, *annual report*, maupun iklan korporat (Kriyantono, 2008, h. 94).

Bekerja di pemerintahan Kota Tangerang sangat dituntut untuk menguasai informasi yang ada di Pemerintahan sehingga berita yang akan diberikan kepada

media atau masyarakat sehingga tidak menimbulkan isi/ krisis untuk pemerintahan. Menurut Susanto (1976, h. 80 dalam Surnato, 2013, h. 29) menyatakan bahwa staf Hubungan Masyarakat (Humas) merupakan penghubung antara instansi dan masyarakat. Karenanya, staf humas dituntut menguasai informasi dan mengolahnya sedemikian rupa untuk kemudian diteruskan kepada pihak-pihak yang memerlukan.

Menurut Astrid (1976, h. 81 dalam Sunarto, 2013, h. 30) Humas dituntut untuk mendukung setiap kebijakan instansinya, sementara wartawan berusaha mendapatkan berita sedapat mungkin dari sumber yang dapat dipercaya. Akibatnya, ada kalanya suatu informasi/ berita, terpaksa disembunyikan sebaik mungkin oleh petugas Humas dari incaran wartawan. Hal ini dilakukan karena selama ini muncul berita-berita/ informasi yang tidak layak untuk konsumsi pers dan masyarakat luas, sering dijadikan komoditi ekonomis untuk menekan pemerintah. Karena itu penyajian berita yang baik dan *informative* sangat diperlukan tanpa harus memandang dan memihak, apalagi menyembunyikan, berita/ informasi yang bernada negatif. Namun, selama ini sering timbul kesenjangan antara staf humas dan wartawan.

Pada dasarnya, Humas Pemerintah memiliki perbedaan yang cukup mendasar bila dibandingkan dengan humas yang bekerja di lembaga non pemerintah, Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas humas yang terdapat di instansi pemerintah adalah tidak adanya unsur komersial walaupun humas pemerintah juga melakukan hal yang sama dalam kegiatan publikasi, promosi, dan periklanan. Humas Pemerintah lebih menekankan kepada pelayanan publik atau demi meningkatkan pelayanan umum. Perbedaan ini sangat terlihat jelas berdasarkan tujuan yang dilakukan dari kegiatan Humas Pemerintah. Walaupun Humas Pemerintah tetap menjalankan fungsi yang relatif Sama dengan Humas Lembaga Non Pemerintah.

Menurut Ruslan Rosadi (2010, h. 345-346) Humas Pemerintah memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Kemampuan membangun dan membina saling pengertian antara kebijaksanaan pimpinan lembaga/ instansi dengan khalayak eksternal dan internal.
2. Sebagai pusat pelayanan dan pemberian informasi, baik bersumber dari instansi/ lembaga maupun berasal dari pihak publiknya
3. Menyelenggarakan pendokumentasian setiap ada publikasi dan peristiwa dari suatu kegiatan atau acara penting di lingkungan instansi/ lembaga
4. Mengumpulkan berbagai data dan informasi yang berasal dari berbagai sumber, khususnya yang berkaitan dengan kepentingan lembaga/ instansi atau mengenai pembentukan opini publiknya.
5. Kemampuan membuat produk publikasi Humas, misalnya kliping, press release, majalah PR internal, buletin, brosur, poster dan lain sebagainya.

Berikut adalah contoh *Press Release* dengan judul:

“Pesan Sekda Pada Saat Apel Pagi”

Sekretaris Daerah Kota Tangerang, Dadi Budaeri, mengajak kepada segenap pegawai di lingkup Pemerintah Kota Tangerang, untuk dapat memaksimalkan waktu dengan efektif dan efisien sehingga target dan rencana kerja dapat terselesaikan tepat waktu.

Uraian tersebut disampaikan saat memimpin apel pagi di Pusat Pemerintah Kota Tangerang, Senin (10/10). Sekda menyampaikan agenda kerja yang telah ada harus dapat dieksekusi dengan sebaik-baiknya dan segala capaian dan sasaran kerja dapat terlaksana tepat waktu sehingga hasilnya dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat Kota Tangerang.

Dirinya meminta kepada Para Pejabat Pelaksana Teknis Kegiatan (PPTK) untuk senantiasa melaporkan progres disetiap kegiatannya. Terlebih waktu pelaksanaan kegiatan tahun 2016 tinggal dua bulan. Para pimpinan ditiap dinas, harus terus pantau pekerjaan bawahannya khususnya kegiatan-kegiatan yang melalui tahapan proses lelang, yang membutuhkan waktu agak lama dan membutuhkan ketelitian disetiap pengadministrasiannya.

Penulis menemukan adanya kecocokan teori yang ada dengan praktik kerja yang dilakukan di mana sebagai *Public Relations* dalam humas pemerintah perlu

adanya kemampuan untuk menulis karena menulis adalah salah satu media komunikasi yang bisa disampaikan kepada masyarakat.

### 3.3.3 *Event Management*

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang penulis ikut serta dalam kegiatan *Event Management*. *Event Management* yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Tangerang adalah sebuah bentuk penghargaan yang diberikan kepada seluruh pelajar Kota Tangerang yang mengikuti lomba tersebut. Acara tersebut adalah Festival Film yang diadakan untuk mendukung kreativitas pelajar di Kota Tangerang.

Untuk menyelenggarakan acara tersebut Humas Pemerintah Kota Tangerang turut serta menyiapkan serangkaian acara yang dibutuhkan, seperti mempersiapkan tempat yang sesuai, mempersiapkan *rundown* acara, dan menyesuaikan waktu Walikota/ Wakil Walikota sehingga acara tersebut dapat berjalan sesuai tujuan. Humas Pemerintah Kota Tangerang dalam melaksanakan *Event Management* memiliki staf pegawai yang cukup dan kreatif dalam pelaksanaan *Event Management*.

Penulis juga menyiapkan daftar hadir yang bertujuan untuk mengetahui apakah peserta yang mendaftar sesuai dengan daftar hadir pada acara Festival Film. Selain itu, penulis juga menyiapkan *goodie bag* berisi buku dan pulpen yang bertujuan untuk peserta agar mencatat apa yang disampaikan oleh Walikota/ Wakil Walikota dalam acara tersebut dan diberikan pada saat peserta melakukan pengisian daftar hadir.

Robinson, Dickson & Wale (2010, h. 1) mengatakan bahwa kini skala dan cangkupan dari industri *event* telah tumbuh secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini terlihat dari adanya peningkatan profesionalisme, inovasi-inovasi baru, dan pengakuan yang lebih luas dari sebuah acara yang tidak hanya tentang

industri politik dan sosial budaya, namun juga kini telah merangkul sektor pariwisata sebagai tujuan dari terbentuknya acara berbasis pendidikan. Sehingga pada akhirnya berdampak pada pertumbuhan ekonomi dan lingkungan. Dengan kata lain dapat dikatakan sebuah acara dalam era ini menjadi sebuah kegiatan harian acara harian yang mencakup seluruh lini kehidupan. Dan yang paling penting, saat ini sebuah acara seringkali ditujukan untuk mengenali berbagai acara berbasis pendidikan dan social yang merangkul organisasi dalam suatu industri yang disebut acara *non-profit*. Acara ini biasanya dimanfaatkan untuk penggalangan dana dan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran sosial. Bentuk-bentuk *event* nya contohnya adalah:

1. Konser
2. Acara Chairity
3. Acara Olahraga
4. Pertunjukan Teater,
5. Opera
6. Tari dan Drama Pertunjukan
7. Kegiatan Penggalangan Dana
8. Peluncuran Produk
9. Konferensi
10. Pameran Perdagangan
11. Acara Keluarga
12. Pernikahan

Wagen & white (2010, h. 27) Teori ini menjelaskan bahwa untuk membangun konsep, tema, dan format dari sebuah acara, bergantung pada beberapa faktor penting, diantaranya menyangkut dengan tujuan dan ruang lingkup acara. Faktor pertama yang mempengaruhi ialah sumber daya yang potensial, kedua, waktu

penyelenggaraan yang menyangkut pengembangan konsep. Ketiga, faktor finansial, dimana beberapa acara ada yang bersifat sukarela. Dan yang keempat, faktor tersedianya *risk management* yang harus ada di dalam sebuah acara untuk menjamin keamanan, kelancaran, dan keberlangsungan dari sebuah acara.

Dengan adanya penjelasan teori diatas menjelaskan mengenai *Event Management* penulis menemukan kecocokan dari teori yang sudah dijelaskan dengan praktik kerja magang yang dilakukan dimana penulis sebagai *Public Relations* dalam humas pemerintah perlu adanya kemampuan memilih tempat yang sesuai dan memiliki kreativitas sehingga acara tersebut dapat menarik.

### **3.3.4 Kendala yang ditemukan**

Kendala yang ditemukan oleh penulis selama praktik kerja magang sebagai berikut:

- 1) Penulis dalam melaksanakan praktik kerja magang menghadapi kendala pada minggu pertama memulai praktik kerja magang, dikarenakan proses penyesuaian diri dari dunia perkuliahan terhadap lingkungan kerja serta penyesuaian terhadap rekan-rekan kerja di Pemerintah Kota Tangerang. Karena adanya hal tersebut, penulis sempat merasa kebingungan dalam melakukan komunikasi dengan staf atau pegawai yang lain. Penulis juga mengalami kesulitan saat membuat *News Release* karena saat membuat *News Release* harus mendengarkan audio atau rekaman dari acara tersebut sehingga penulis cukup kesulitan dalam membuat *news release* tersebut.

### 3.3.5 Solusi atas kendala yang ditemukan

Solusi atas kendala yang dialami penulis selama praktik kerja magang sebagai berikut:

- 1) Untuk mengatasi kendala tersebut penulis banyak bertanya dan meminta informasi secara langsung kepada instruktur atau mentor dan pegawai lain yang penulis anggap lebih mengerti dan mengenal lingkungan kerja serta mengerti cara untuk mengerjakan *News Release*.

