



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

Selama melaksanakan praktik kerja magang di PT Angkasa Pura II (Persero), penulis ditempatkan dalam unit *Corporate Secretary* yang terdiri dari tiga sub unit, yakni *Public Relations*, *Institutional Relations*, dan *Board of Directors*. Dalam menjalankan praktik kerja magang di sub unit *Public Relations*, penulis berada dalam bimbingan *Public Relations Manager*, *Public Relations Senior Officer*, dan *Public Relations Officer*. Walaupun berada dalam sub unit *Public Relations*, tidak menutup kemungkinan untuk saling mendukung dan membantu sub unit lain yang berada di bawah naungan unit *Corporate Secretary* maupun di luar unit tersebut (kepentingan publikasi dan dokumentasi).

3.2 Tugas yang Dilakukan

Menurut Broom dan Sha (2013, h. 26), *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan dan kegagalan organisasi tersebut. Hubungan yang dimaksud dari definisi tersebut, perlu dibina terhadap semua pihak yang menjadi *stakeholder* perusahaan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ruslan (2013, h. 7), tujuan *Public Relations* adalah untuk memengaruhi publiknya, antara lain sejauh mana mereka mengenal dan mengetahui kegiatan lembaga atau organisasi yang diwakili tersebut tetap pada posisi pertama, dikenal, dan disukai.

Broom dan Sha (2013, h. 55-58) menjelaskan empat peran utama *Public Relations* yang mendeskripsikan sebagian besar praktik mereka. Keempat peran tersebut, antara lain:

a. *Communication Technician*

Kebanyakan praktisi PR mengawali kariernya sebagai teknisi komunikasi. Teknisi komunikasi biasanya memiliki tugas untuk menulis dan memperbaiki *newsletter* karyawan, menulis *news release* dan *feature*, mengembangkan isi *website*, dan menangani kontak dengan media.

Praktisi PR yang melakukan peran ini biasanya tidak hadir saat jajaran manajemen mendefinisikan masalah dan memilih solusi atas suatu kasus atau isu dalam perusahaan. Para praktisi baru bergabung untuk melakukan komunikasi dan mengimplementasikan program, terkadang tanpa mengetahui secara menyeluruh motivasi dan tujuan yang diharapkan. Meskipun mereka tidak hadir saat diskusi tersebut, para praktisi PR-lah yang diberi tugas untuk menjelaskan kepada karyawan dan pers.

b. *Expert Prescriber*

Para *expert prescriber* atau ‘pakar perumus’ ini menarik perhatian para praktisi PR karena menjalani peran ini akan membuat orang dilihat sebagai pihak yang memiliki otoritas ketika ada sesuatu hal yang harus dibereskan atau sebagai pihak yang memiliki otoritas untuk menentukan bagaimana cara mengerjakan segala sesuatu. Praktisi PR yang beroperasi sebagai praktisi pakar bertugas mendefinisikan masalah, mengembangkan program, dan bertanggung jawab penuh atas implementasinya. Peran PR yang ini lebih strategis dibandingkan dengan peran sebagai teknisi komunikasi.

c. *Communication Facilitator*

Peran fasilitator komunikasi bagi seorang praktisi PR adalah sebagai pendengar yang peka dan perantara komunikasi. Fasilitator komunikasi bertindak sebagai perantara, *interpreter*, dan *mediator* antara organisasi dengan publiknya. Tugasnya adalah menjaga komunikasi dua arah dan memfasilitasi percakapan dengan menyingkirkan rintangan dalam hubungan dan menjaga

agar saluran komunikasi tetap terbuka. Tujuannya adalah memberi informasi, baik yang dibutuhkan oleh manajemen, maupun publik untuk membuat keputusan demi kepentingan bersama.

Praktisi PR yang berperan sebagai fasilitator komunikasi ini bertindak sebagai sumber informasi dan agen kontak resmi antara organisasi dengan publiknya. Fasilitator komunikasi menempati peran di tengah-tengah dan berfungsi sebagai penghubung antara organisasi publiknya. Mereka beroperasi dengan asumsi bahwa komunikasi dua arah akan meningkatkan kualitas keputusan yang diambil oleh organisasi dan publik dalam hal kebijakan, prosedur, dan tindakan demi tercapainya kepentingan bersama.

d. *Problem-Solving Facilitator*

Dalam peran ini, praktisi PR berkolaborasi dengan manajer lain untuk mendefinisikan dan memecahkan masalah. Para praktisi menjadi bagian dari tim perencanaan strategis. Praktisi pemecah masalah membantu manajer lain dan organisasi untuk mengaplikasikan PR dalam proses manajemen bertahap yang juga dipakai untuk memecahkan masalah organisasional lainnya.

Fasilitator pemecah masalah dilibatkan ke dalam tim manajemen karena mereka punya keahlian dan keterampilan dalam membantu manajer lain untuk menghindari masalah atau memecahkan masalah. Jadi, pandangan dan pendapat PR akan dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan manajemen.

Seitel (2011, h. 44-45) menjelaskan sejumlah aktivitas yang berkaitan dengan fungsi *Public Relations*, antara lain:

- a. *Writing* atau menulis merupakan kemampuan mendasar yang harus dimiliki oleh praktisi *Public Relations*, mulai dari menulis *news release* hingga pidato dan juga menulis pesan di brosur ataupun iklan.
- b. *Media Relations*, berhubungan dengan pers adalah salah satu fungsi utama dari *Public Relations*.

- c. *Planning*, merupakan *special events*, *media events*, fungsi manajemen, dan sebagainya.
- d. *Counseling*, memberikan masukan dan saran bagi manajemen dalam interaksinya dengan *key publics*.
- e. *Researching*, melakukan riset terhadap sikap dan opini yang memengaruhi perilaku dan kepercayaan publik.
- f. *Publicity*, fungsi ini dekat dengan fungsi *marketing*. Fungsi ini juga seringkali disalahartikan sebagai satu-satunya fungsi dari *Public Relations*. Fungsi *Public Relations* ini adalah menciptakan publisitas positif bagi klien atau perusahaan.
- g. *Marketing Communications*, fungsi lainnya yang berhubungan dengan marketing, seperti membuat brosur, literatur penjualan, *meeting displays*, dan juga melakukan promosi.
- h. *Community Relations*, mengomunikasikan pesan dari organisasi dan juga citra positif organisasi kepada komunitas secara terus-menerus.
- i. *Consumer Relations*, menghadapi pelanggan melalui komunikasi verbal dan juga secara tertulis.
- j. *Employee Relations*, berkomunikasi dengan seluruh publik internal dari organisasi, baik para manajer, maupun karyawan yang bekerja untuk organisasi.
- k. *Government Affairs*, berhubungan dengan pemerintah seperti regulator, legislator, dan pemerintah lainnya yang memiliki pengaruh terhadap organisasi dan aktivitas bisnisnya.
- l. *Investor Relations*, bagi perusahaan terbuka, *Public Relations* berfungsi untuk berkomunikasi dengan para investor maupun calon investor.
- m. *Special Public Relations*, berurusan dengan publik yang memiliki karakteristik yang unik.
- n. *Public Affairs and Issues*, berurusan dengan kebijakan publik dan pengaruhnya terhadap organisasi, termasuk juga mengidentifikasi isu yang sedang beredar.

- o. *Social Media Interface*, berhubungan dengan publik melalui dunia internet, mengomunikasikan organisasi melalui *website* dan juga *social media*, serta melakukan *monitoring* perkembangan di dunia internet yang menjadi tantangan bagi organisasi.

Selama kurang lebih tiga bulan melaksanakan praktik kerja magang di PT Angkasa Pura II (Persero), tugas yang dilakukan oleh penulis dapat dikelompokkan sesuai dengan mata kuliah sebagai berikut:

- a. *Media Relations (Media Monitoring, PR Value, Press Conference)*
- b. *PR Writing (Artikel, Ringkasan Berita Harian, Konsep Jawaban Pertanyaan Media)*
- c. *Event Management (Public Relations, Institutional Relations & Board of Commissioners Secretariat, Corporate Transformation Group)*

Berikut adalah penjabaran pekerjaan yang penulis lakukan selama praktik kerja magang:

Minggu Ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa
1	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Media Monitoring</i> • Membuat ringkasan berita harian untuk PR Manager (via WhatsApp) • Merekap surat masuk (internal dan eksternal) • Mendisposisikan surat masuk (internal dan eksternal) • Membuat dan mengirim surat tolak • Kegiatan Administrasi • Senam Kesegaran Jasmani (Jumat) • Membuat artikel untuk majalah internal perusahaan (BERANDA) tentang fakta-fakta menarik Terminal 3 <i>Ultimate</i>

2	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Media Monitoring</i> • Membuat ringkasan berita harian untuk PR <i>Manager</i> (via WhatsApp) • Merekap surat masuk (internal dan eksternal) • Mendisposisikan surat masuk (internal dan eksternal) • Membuat dan mengirim surat tolak • Kegiatan Administrasi • Senam Kesegaran Jasmani (Jumat) • Membuat artikel untuk majalah internal perusahaan (BERANDA) tentang LEGOLAND Malaysia • DIKLATPIM TK II Angkatan I dan Tim Badan Pengembangan SDM Hukum dan HAM (Kementerian Hukum dan HAM RI) di Kantor Cabang Utama Bandara Soetta • Pisah Sambut Direksi AP II di Auditorium I, Kantor Pusat
3	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Media Monitoring</i> • Membuat ringkasan berita harian untuk PR <i>Manager</i> (via WhatsApp) • Merekap surat masuk (internal dan eksternal) • Mendisposisikan surat masuk (internal dan eksternal) • Membuat dan mengirim surat tolak • Kegiatan Administrasi • Senam Kesegaran Jasmani (Jumat) Bersama Bpk. Muhammad Awaluddin • Membuat jawaban untuk pertanyaan media terkait perkembangan bandara di Indonesia, pelayanan Bandara Soetta, perluasan terminal bandara, dan

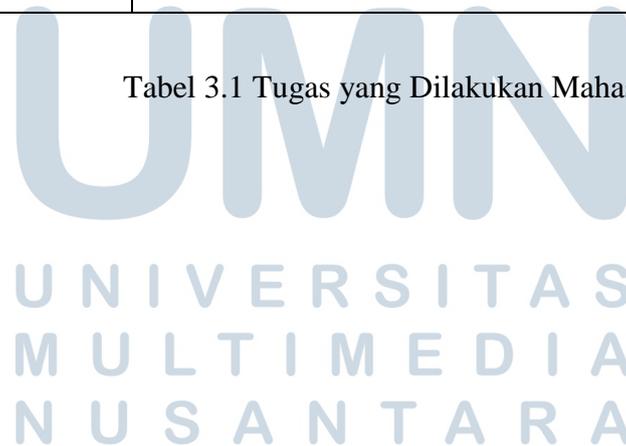
	<p>infrastruktur bandara saat ini</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Press Conference</i> Warkop DKI Reborn di Terminal 3 <i>Ultimate</i>
4	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Media Monitoring</i> • Membuat ringkasan berita harian untuk PR <i>Manager</i> (via WhatsApp) • Merekap surat masuk (internal dan eksternal) • Mendisposisikan surat masuk (internal dan eksternal) • Membuat dan mengirim surat tolak • Kegiatan Administrasi • Senam Kesegaran Jasmani (Jumat) • Kunjungan <i>Site Visit</i> Peserta Diklat Teknis Manajemen Perubahan Kementerian Komunikasi dan Informatika RI di Auditorium I, Kantor Pusat (disertai dengan <i>mini tour</i> ke Terminal 3 <i>Ultimate</i>) • Hasil dokumentasi (foto) ditayangkan di media televisi internal perusahaan dengan <i>headline</i>: “<i>President Director</i> PT Angkasa Pura II (Persero), M. Awaluddin menerima kunjungan <i>Benchmark</i> Kementerian Kominfo di Auditorium Gedung 600 Kantor Pusat”
5	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Media Monitoring</i> • Membuat ringkasan berita harian untuk PR <i>Manager</i> (via WhatsApp) • Merekap surat masuk (internal dan eksternal) • Mendisposisikan surat masuk (internal dan eksternal) • Membuat dan mengirim surat tolak • Kegiatan Administrasi

	<ul style="list-style-type: none"> • Senam Kesegaran Jasmani (Jumat)
6	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Media Monitoring</i> • Membuat ringkasan berita harian untuk PR <i>Manager</i> (via WhatsApp) • Merekap surat masuk (internal dan eksternal) • Mendisposisikan surat masuk (internal dan eksternal) • Membuat dan mengirim surat tolak • Kegiatan Administrasi • Senam Kesegaran Jasmani (Jumat) • Merekap berita (media cetak dan <i>online</i>) tentang <i>Launching</i> Anak Perusahaan • Penandatanganan Kerjasama AP II dengan Mitra Usaha di Sheraton Bandara Hotel
7	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Media Monitoring</i> • Membuat ringkasan berita harian untuk PR <i>Manager</i> (via WhatsApp) • Merekap surat masuk (internal dan eksternal) • Mendisposisikan surat masuk (internal dan eksternal) • Membuat dan mengirim surat tolak • Kegiatan Administrasi • Senam Kesegaran Jasmani (Jumat) • Rapat Pimpinan AP II di Auditorium, Kantor Pusat • Penandatanganan MoU dengan Mitra Kerja AP II
8	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Media Monitoring</i> • Membuat ringkasan berita harian untuk PR <i>Manager</i> (via WhatsApp) • Merekap surat masuk (internal dan eksternal) • Mendisposisikan surat masuk (internal dan

	<p>eksternal)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat dan mengirim surat tolak • Kegiatan Administrasi • Senam Kesegaran Jasmani (Jumat) • Ulang Tahun Periswara II Ke-15 di Auditorium I, Kantor Pusat
9	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Media Monitoring</i> • Menghitung PR <i>Value</i> • Merekap surat masuk (internal dan eksternal) • Mendisposisikan surat masuk (internal dan eksternal) • Membuat dan mengirim surat tolak • Kegiatan Administrasi • Senam Kesegaran Jasmani (Jumat)
10	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Media Monitoring</i> • Menghitung PR <i>Value</i> • Merekap surat masuk (internal dan eksternal) • Mendisposisikan surat masuk (internal dan eksternal) • Membuat dan mengirim surat tolak • Kegiatan Administrasi • Senam Kesegaran Jasmani (Jumat) • Penandatanganan MoU di Ruang Rapat Wijaya Kusuma, Kantor Pusat
11	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Media Monitoring</i> • Menghitung PR <i>Value</i> • Merekap surat masuk (internal dan eksternal) • Mendisposisikan surat masuk (internal dan eksternal) • Membuat dan mengirim surat tolak • Kegiatan Administrasi

	<ul style="list-style-type: none"> • Senam Kesegaran Jasmani (Jumat) • Pemberian Penghargaan Pelabuhan dan Bandar Udara Sehat Tahun 2016 (Hari Kesehatan Nasional Ke-52 – Kementerian Kesehatan RI)
12	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Media Monitoring</i> • Menghitung <i>PR Value</i> • Merekap surat masuk (internal dan eksternal) • Mendisposisikan surat masuk (internal dan eksternal) • Membuat dan mengirim surat tolak • Kegiatan Administrasi • <i>Wednesday is A Fun Day</i> • Senam Bersama PT Angkasa Pura II di Soewarna Golf Club • <i>Launching</i> Airport Learning Academic (ALA) PT Angkasa Pura II (Persero) • Presentasi Laporan Kerja Magang ke pembimbing lapangan dan <i>PR Manager</i>

Tabel 3.1 Tugas yang Dilakukan Mahasiswa



No.	Kegiatan	Waktu/Jadwal Pelaksanaan											
		September				Oktober				November			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1.	<i>Media Monitoring</i>												
2.	Kegiatan Administrasi												
3.	SKJ												
4.	<i>Writing</i>												
5.	Diklat												
6.	<i>Special Event</i>												
7.	Membuat jawaban pertanyaan media												
8.	<i>Press Conference</i>												
9.	Penandatanganan Kerjasama (MoU)												
10.	Rapat Pimpinan												
11.	Menghitung PR Value												
12.	Presentasi Laporan Kerja Magang												

Tabel 3.2 *Timeline* Kegiatan Magang

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Uraian Tugas-Tugas Magang

3.3.1.1 *Media Relations*

a. *Media Monitoring*

Kegiatan *media monitoring* merupakan rutinitas setiap hari yang dilakukan oleh divisi *Public Relations*, baik media cetak, maupun *online*. Berita yang di-*monitor* menyangkut tiga hal, yakni Angkasa Pura II (termasuk juga 13 bandara yang dikelola dan anak usaha Angkasa Pura II), Terminal 3 *Ultimate* Soetta, dan Muhammad Awaluddin selaku Direktur Utama PT Angkasa Pura II. *Media monitoring* tidak hanya dikerjakan di pagi hari (07.30 WIB), tetapi juga dilakukan pengecekan kembali di siang hari (15.00) untuk memastikan kelengkapan informasi.

Selain menggunakan jasa dari *Intelligence Media Management* (<http://imm.today/>), kegiatan *media monitoring* juga dilakukan secara manual dengan mengecek satu per satu media-media cetak dan *online* yang kredibel. Daftar media cetak yang di-*monitor*, yaitu *Kompas*, *Media Indonesia*, *Koran Tempo*, *Republika*, *Bisnis Indonesia*, *Indopos*, *Kontan*, *Investor Daily*, *Berita Trans*, *Koran Jakarta*, *Rakyat Merdeka*, *Suara Pembaruan*, *Koran Sindo*, *The Jakarta Post*, *Majalah Tempo*, *Majalah Angkasa*, *Balipost*, *Tangerang News*, dan *Satelit News*. Portal berita *online* yang di-*monitor*, antara lain *cnnindonesia.com*, *viva.co.id*, *bisnis.com*, *viva.co.id*, *detik.com*, *merdeka.com*, *jpnn.com*, *kompas.com*, *metrotvnews.com*, *liputan6.com*, *antaranews.com*, *okezone.com*, *tribunnews.com*, *republika.co.id*, dan *tempo.co*.

Format dalam merekap *media monitoring* adalah judul berita, media, tanggal, penulis atau wartawan, sentimen (positif, negatif, dan netral), halaman, *size* (PR Value), serta *resume* (5W+1H). Rekap *media monitoring* akan diberikan ke unit *President Director*, *Director of Airport Services & Facility*, dan *Director of Finance*.

Kegiatan *media monitoring* bertujuan untuk memantau pemberitaan yang terkait dengan perusahaan di media massa, baik itu berita dengan sentimen positif, negatif, maupun netral. Hasil dari *media monitoring* ini akan dijadikan acuan informasi untuk pengambilan keputusan selanjutnya.

Selain memantau pemberitaan di media massa, *media monitoring* juga dilakukan untuk mengamati respon media terhadap *news release* yang dikeluarkan oleh perusahaan (dimuat sesuai dengan harapan perusahaan, dimuat sebagian, atau bahkan tidak dimuat dalam media). Sebagaimana dijelaskan oleh Hidayat (2014, h. 79-80), siaran pers adalah standar pengumuman tertulis yang didistribusikan ke media untuk dipublikasikan dan berisi informasi yang ingin diterbitkan. Biasanya praktisi PR mengirimkan *news release* tersebut kepada media melalui *media cyber* atau e-PR. Cara seperti ini sudah lazim dan sangat membantu pekerjaan PR. Oleh karena itu, kehadiran media *online* atau *cyber* sangat menunjang efektifitas dan efisiensi tugas dari PR.

Menurut analisis penulis, kegiatan *media monitoring* yang dilakukan oleh PR PT Angkasa Pura II telah dilakukan dengan baik dan konsisten. Tidak hanya sekadar memantau pemberitaan di media, tetapi juga

menjadikan hasil *media monitoring* untuk kebijakan selanjutnya. Respon yang diberikan oleh PR PT Angkasa Pura II terhadap pemberitaan media juga cukup cepat sehingga jika ada pemberitaan negatif dapat segera diklarifikasi melalui *news release* yang dikirimkan kepada media-media terkait (melalui media *online*). Ditambah lagi, beberapa PR *Officer* (khususnya di *job desk media relations*) memiliki latar belakang pengalaman dalam dunia jurnalistik (wartawan) sehingga mempermudah untuk menjalin relasi dengan pihak media.

b. PR Value

Sejak terjadinya reposisi jabatan PR *Manager* pada awal November 2016 yang sekarang dipimpin oleh Yado Yarismo, terdapat upaya untuk meningkatkan kinerja *Public Relations*. Salah satunya adalah dalam kegiatan *media monitoring* diperhitungkan juga PR *Value*-nya guna mengetahui *coverage free* yang didapat oleh perusahaan. Hasil perhitungan PR *Value* akan dicantumkan dalam rekap *media monitoring*. Hasil perhitungan tersebut akan menjadi data bagi unit *Finance* untuk mengetahui sejauh mana keuntungan yang diperoleh perusahaan dari segi pemberitaan di media.

Rumus perhitungan PR *Value* di media cetak yang digunakan oleh perusahaan adalah sebagai berikut.

1) Halaman Depan:

Ukuran Artikel (mm) x *Rate Iklan* x 8 (tanpa foto)
atau 10 (dengan foto) + 10% PPn

2) Halaman Dalam:

Ukuran Artikel (mm) x *Rate Iklan* x 3 (tanpa foto)
atau 5 (dengan foto) + 10% PPn

Berikut ini adalah daftar harga iklan media cetak yang digunakan perusahaan sebagai dasar untuk menghitung PR Value:

No.	Media	Rate Iklan			
		<i>Headline Full Color</i>	<i>Headline Black & White</i>	<i>Halaman Dalam Full Color</i>	<i>Halaman Dalam Black & White</i>
1.	Kompas	188.000	140.000	181.000	135.000
2.	Bisnis Indonesia	170.000		62.000	45.000
3.	Tempo	154.000	108.000	143.000	98.000
4.	Sindo	272.000		170.000	130.000
5.	Pikiran Rakyat	280.000 (atas) 225.000 (bawah)		102.000	75.000
6.	Investor Daily	76.500		50.500	38.200
7.	Kontan	92.000		61.000	38.5000
8.	The Jakarta Post	88.000		71.000	55.000
9.	Media Indonesia	190.000		131.000	95.000
10.	Rakyat Merdeka	165.000 (atas)		60.000	50.000

		132.000 (bawah)			
--	--	--------------------	--	--	--

Tabel 3.3 Daftar Harga Iklan Media Cetak

Keterangan:

Daftar harga iklan media cetak tersebut dijadikan acuan bagi penulis dalam *media monitoring* selama November 2016. Rate iklan dapat berubah-ubah, maka selalu di-*update* setiap harinya.

c. *Press Conference*

Soemirat dan Ardianto (2012, h. 135) menjelaskan bahwa Konferensi Pers adalah suatu kegiatan mengundang wartawan untuk berdialog, dengan materi yang telah disiapkan secara matang oleh PR, sedangkan sasaran pertemuan itu diharapkan dapat dimuat media massa dari wartawan yang diundang. Tujuan Konferensi Pers antara lain, menyebarkan informasi positif kepada publik (masyarakat luas) tentang perusahaan; menetralsir atau membantah berita yang tidak benar atau negatif tentang perusahaan, manajemen, karyawan, produk atau jasa, dan lainnya; meningkatkan *image* (citra) yang dapat menunjang pemasaran dan penjualan suatu produk atau jasa; dan membina hubungan secara langsung dengan pers.

Pada 20 September 2016, sub unit *Public Relations* diminta oleh *Director of Airport Services & Facility* untuk mempersiapkan penyelenggaraan *Press Conference* Warkop DKI Reborn di Terminal 3 *Ultimate*. Tujuan Angkasa Pura II memfasilitasi penyelenggaraan *Press Conference* tersebut adalah

untuk meningkatkan publisitas Terminal 3 *Ultimate* di samping film Warkop DKI Reborn saat itu sedang *booming*. Seperti halnya yang dijelaskan oleh Seitel (2011, h. 44-45) bahwa *publicity* merupakan fungsi yang dekat dengan fungsi *marketing*. Fungsi *Public Relations* ini adalah menciptakan publisitas positif bagi klien atau perusahaan.

Keduanya memiliki kesamaan makna yaitu hasil karya anak bangsa yang patut dibanggakan dan menuai apresiasi yang cukup tinggi, baik itu film Warkop DKI Reborn, maupun Terminal 3 *Ultimate*. Dalam kesempatan tersebut, penulis bertugas untuk mendokumentasikan acara *Press Conference*.

Hidayat (2014, h. 67-68) menjelaskan bahwa *Public Relations* dalam melakukan fungsinya membutuhkan media karena seorang PR perlu memahami apa yang disebut metode, alat, dan strategi kerja. *Media relations* merupakan taktik atau strategi PR pada saat ingin mencapai tujuan dari kegiatan PR. Alasan PR memerlukan media adalah sebagai sarana atau alat penyambung informasi dari setiap ide-gagasan atau kegiatan PR agar mudah untuk diterima publik secara cepat dan luas. PR dinilai sebagai komponen tidak terpisahkan dari media dan sebagai suatu agen penting dalam pengumpulan, pengemasan, dan penyebaran berita kepada konsumen. Semua informasi yang disampaikan melalui media massa tentu memerlukan keahlian PR dalam bidang menulis sebagai alat kerja untuk pencapaian tujuan.

Secara menyeluruh, aktivitas *Media Relations* yang dilakukan oleh PR PT Angkasa Pura II sudah berjalan dengan baik. *Media Relations* dapat dijadikan sebagai salah satu upaya dalam manajemen isu, terlebih dengan

banyaknya pemberitaan negatif tentang Terminal 3 *Ultimate* akhir-akhir ini. *Media Relations* yang dilakukan dapat meningkatkan publisitas positif tidak hanya bagi PT Angkasa Pura II, tetapi juga bagi ke-13 bandara yang dikelolanya.

3.3.1.2 PR Writing

a. Artikel

Dalam praktik kerja magang, penulis diberikan tugas membuat artikel untuk majalah internal perusahaan, yaitu BERANDA. Artikel pertama dibuat dengan tema Fakta-Fakta Menarik Terminal 3 *Ultimate* dan artikel kedua bertema tentang LEGOLAND Malaysia. Pemilihan topik artikel harus bersifat *timeless* agar artikel dapat dibaca dan dimuat dalam edisi kapan saja sesuai dengan *headline* majalah yang akan diterbitkan.

b. Ringkasan Berita Harian

Selain membuat artikel, kegiatan menulis juga dilakukan dengan membuat ringkasan berita harian via *WhatsApp* kepada PR *Manager*. Pekerjaan ini dilakukan setiap harinya setelah *media monitoring* karena PR *Manager* terdahulu (Haerul Anwar) sering kali meminta rangkuman berita-berita *online* (dalam media yang kredibel) secara ringkas (5W+1H) disertai dengan sentimen pemberitaan dan *link* dari media yang memberitakan.

c. Konsep Jawaban Pertanyaan Media

Kegiatan menulis selanjutnya adalah membuat konsep jawaban pertanyaan dari media yang berniat untuk melakukan wawancara dengan *Head of Corporate Secretary & Legal*. Waktu yang diberikan untuk menyiapkan jawaban atas pertanyaan media adalah kurang lebih satu jam dikarenakan wawancara dilakukan secara mendadak terkait perkembangan bandara di Indonesia, pelayanan Bandara Soetta, perluasan terminal bandara, dan infrastruktur bandara saat ini. Dengan waktu yang singkat, penulis dituntut untuk mencari sumber-sumber data berdasarkan hasil *media monitoring* yang akan menjadi acuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dan memberikan penjelasan secara singkat, jelas, serta sistematis.

Seitel (2011, h. 44-45) menjelaskan bahwa *writing* atau menulis merupakan salah satu aktivitas yang berkaitan dengan fungsi *Public Relations*. Ia mendefinisikannya sebagai kemampuan mendasar yang harus dimiliki oleh praktisi *Public Relations*, mulai dari menulis *news release* hingga pidato dan juga menulis pesan di brosur ataupun iklan. Aktivitas ini sesuai juga dengan peran PR, yakni *communication technician*. Broom dan Sha (2013, h. 55) menjelaskan bahwa teknisi komunikasi biasanya memiliki tugas untuk menulis dan memperbaiki *newsletter* karyawan dan menulis *news release* serta *feature*.

Soemirat dan Ardianto (2012, h. 69) menjelaskan bahwa sebagai seorang PR sebaiknya mampu pula menulis *feature* di samping menulis *Press Release*. Selain *feature* untuk dikirim ke media massa, juga bisa dimanfaatkan

untuk mengisi rubrik-rubrik dalam media *Public Relations* dalam bentuk *House Journal* (seperti buletin, majalah, surat kabar, koran dinding suatu perusahaan atau organisasi) atau nama lain *House in Journal* adalah *company newspaper* (surat kabar perusahaan), *in house magazine* (majalah internal), atau *employee newspaper* (surat kabar karyawan).

Menurut analisis penulis, kegiatan keseluruhan kegiatan menulis di PR Angkasa Pura II sudah berjalan dengan baik dan ada beberapa staf PR yang memiliki kemampuan lebih dalam menulis. Dalam proses manajemen isu, kemampuan menulis seorang PR juga harus diimbangi waktu untuk klarifikasi dengan pihak media.

3.3.1.3 *Event Management*

Seitel (2011, h. 44-45) menjelaskan bahwa *special event* termasuk dalam salah satu aktivitas PR dalam kategori *planning* (aktivitas PR yang membutuhkan perencanaan) untuk menjalankan fungsi tertentu. Berikut adalah beberapa *special event* (berdasarkan unit yang bertanggung jawab atas pelaksanaannya) yang melibatkan unit PR:

a. *Public Relations*

- **Ulang Tahun Periswara II Ke-15**

Perayaan Ulang Tahun Persatuan Istri Angkasa Pura II Ke-15 merupakan bagian dari aktivitas PR, yakni *Community Relations*. Menurut Seitel (2011, h. 44-45), *community relations* merupakan bentuk mengomunikasikan pesan dari organisasi dan juga citra positif organisasi kepada komunitas secara terus-menerus. Perayaan ulang

tahun diselenggarakan dengan tema “Menggapai Kebahagiaan dalam Sehat dan Cantik Bersama Periswara II” dengan mengadakan Seminar Kesehatan Bersama

Dr. Tan Shot Yen. Dalam kesempatan tersebut, penulis ditugaskan untuk mendokumentasikan *event*.

- **Pemberian Penghargaan Pelabuhan dan Bandar Udara Sehat Tahun 2016 (Kementerian Kesehatan RI)**

Sebagai bentuk perayaan Hari Kesehatan Nasional Ke-52, Kementerian Kesehatan RI memberikan Penghargaan Pelabuhan dan Bandar Udara Sehat Tahun 2016 pada 14 November 2016. Dua bandara yang dikelola oleh Angkasa Pura II berhasil memperoleh Penghargaan Bandar Udara Sehat, yaitu Bandara Internasional Soekarno-Hatta (Jakarta) dan Sultan Syarif Kasim II International Airport (Pekanbaru). Penghargaan tersebut akan semakin meningkatkan publisitas (citra dan reputasi) yang baik dari baik kedua bandara tersebut maupun Angkasa Pura II itu sendiri. Terlebih lagi pencapaian ini diperoleh bersamaan dengan peningkatan jumlah bandara yang dikelola oleh Angkasa Pura II sebesar 11% akibat perekonomian Indonesia yang sedang membaik. Dalam kesempatan ini, penulis bertugas untuk mendokumentasikan *event*.

b. *Institutional Relations & Board of Commissioners Secretariat*

Seperti dijelaskan sebelumnya, walaupun berada dalam sub unit *Public Relations*, tidak menutup kemungkinan untuk saling mendukung dan membantu sub unit lain yang berada di bawah naungan unit *Corporate Secretary*. Salah satunya adalah unit *Institutional Relations & BODS*.

Ruang lingkup *Institutional Relations* meliputi lembaga tinggi negara, instansi pemerintah/swasta, dan BUMN/BUMD. Berikut adalah beberapa kegiatan IR & BODS yang melibatkan penulis di dalamnya:

- **DIKLATPIM TK II Angkatan I dan Tim Badan Pengembangan SDM Hukum dan HAM (Kementerian Hukum dan HAM RI) di Kantor Cabang Utama Bandara Soetta – 13 September 2016**

Angkasa Pura II memberikan gambaran operasional bandara khususnya Terminal 3 *Ultimate Soekarno-Hatta* dalam memberikan pelayanan kepada konsumen (*Go Digital!*).

- **Pisah Sambut Direksi AP II di Auditorium I, Kantor Pusat – 16 September 2016**

Acara ini diadakan untuk menyambut Muhammad Awaluddin yang menjabat sebagai Direktur Utama PT Angkasa Pura II menggantikan posisi Budi Karya Sumadi yang saat ini menjabat sebagai Menteri Perhubungan Republik Indonesia. Acara ini dihadiri oleh seluruh Direksi Angkasa Pura II.

- **Kunjungan *Site Visit* Peserta Diklat Teknis Manajemen Perubahan Kementerian Komunikasi dan Informatika RI di Auditorium I, Kantor Pusat (disertai dengan *mini tour* ke Terminal 3 *Ultimate*) – 29 September 2016**

Kunjungan Menkominfo tersebut membahas perihal automasi dan digitalisasi pelayanan *airport* Soekarno-Hatta. Selain itu juga terdapat rangkaian acara *mini tour* ke Terminal 3 *Ultimate* untuk meninjau secara langsung operasional bandara di sana.

Dalam kesempatan tersebut, penulis mendapat apresiasi, yakni hasil dokumentasi (foto) ditayangkan di media televisi internal perusahaan dengan *headline*: “*President Director* PT Angkasa Pura II (Persero), M. Awaluddin menerima kunjungan *Benchmark* Kementerian Kominfo di Auditorium Gedung 600 Kantor Pusat”.



Gambar 3.1 Hasil Dokumentasi dalam Media Internal Perusahaan

- **Penandatanganan Kerjasama AP II dengan Mitra Usaha di Sheraton Bandara Hotel – 13 Oktober 2016**

Penandatanganan Kerjasama Komersil antara PT Angkasa Pura II dengan mitra usaha, baik itu BUMN, maupun perusahaan-perusahaan swasta. Ini adalah salah satu implementasi dari langkah PT Angkasa Pura II untuk membuka peluang usaha kerjasama dengan pihak-pihak swasta.

- **Rapat Pimpinan AP II di Auditorium, Kantor Pusat – 20 Oktober 2016**

Rapat Pimpinan Angkasa Pura II *Group* Q4 2016 diadakan dengan tema “*Commitment And Colaboration For Miracle Seven*” di Auditorium, Kantor Pusat pada 20 Oktober 2016. Acara dimulai dengan pembukaan oleh *Director of Commercial & Business Development* dan dihadiri oleh *Director of Finance* dan *Director of Operations & Engineering*. Acara dilanjutkan dengan pembagian peserta *Round Robin* berdasarkan direktoratnya (setiap direktorat berdiskusi dan memaparkan tugasnya).

- **Penandatanganan MoU dengan Mitra Kerja AP II di Auditorium II, Kantor Pusat – 20 Oktober 2016**

Acara Penandatanganan Kerjasama Komersial antara PT Angkasa Pura II (Persero) dengan mitra usaha menyangkut Kerjasama Pengembangan Fasilitas Properti di Bandara Internasional Soekarno-Hatta dengan Direktur PT Utama Karya (Persero) dan Kerjasama

Pemasangan Logo pada Monitor *Check in Desk* dan Imigrasi di Terminal 3 BSH dengan *Deputy Marketing Leader* PT LG Electronics Indonesia. Selain itu juga terdapat Penandatanganan Kerjasama Kantor Cabang PT Angkasa Pura II dan Penandatanganan Kerjasama Anak Perusahaan PT Angkasa Pura II.

- **Penandatanganan MoU di Ruang Rapat Wijaya Kusuma, Kantor Pusat – 8 November 2016**

Penandatanganan Kerjasama Komersial meliputi Kerjasama Pemanfaatan Fasilitas Komersial di Terminal Kargo BSH antara *VP of Cargo Business* PT AP II dengan PT Dharma Bandar Mandiri; Kerjasama Pemanfaatan Fasilitas Komersial di Terminal Kargo BSH antara *VP of Cargo Business* PT AP II dengan PT Unex Inti Indonesia; BA Pengelolaan *Advertising* di Terminal 3 antara *Senior General Manager* BSH PT AP II dengan PT Cipta Media Prima; BA Pengelolaan *Advertising* di Terminal 3 antara *Senior General Manager* BSH PT AP II dengan PT Elang Perkasa; BA Pengelolaan media reklame di Terminal 3 Bandara Soekarno-Hatta antara *Senior General Manager* BSH PT AP II dengan PT Airport Media Network; BA Pengelolaan *Advertising Outdoor* di Bandara Soekarno Hatta antara Direktur Utama PT Angkasa Pura Solusi dengan PT Mitra Inovasi Gemilang; dan BA Pengelolaan *Advertising Outdoor* di Bandara Soekarno Hatta antara Direktur Utama PT Angkasa Pura Solusi dengan PT Supra Media.

- ***Launching Airport Learning Academy (ALA) PT Angkasa Pura II – 25 November 2016***

Airport Learning Academy (ALA) merupakan lembaga pendidikan yang didirikan PT Angkasa Pura II (Persero) untuk memberikan pendidikan dan pelatihan terkait operasional bandara. Acara dibuka oleh Muhammad Awaluddin selaku *President Director* PT Angkasa Pura II (Persero) dan dihadiri seluruh Direksi PT Angkasa Pura II (Persero).

Dalam *event* IR & BODS, penulis bertugas sebagai penerima tamu dan mendokumentasikan *event*.

c. ***Corporate Transformation Group***

Selain membantu unit yang berada di bawah naungan *Corporate Secretary*, sub unit *Public Relations* juga membantu unit-unit lainnya. Salah satunya adalah unit *Corporate Transformation Group* (CTG). Unit ini hampir serupa dengan unit *Corporate Strategic Planning and Performance Management*, yakni berperan dalam perencanaan strategis perusahaan.

Hanya saja, unit CTG memiliki peran yang lebih spesifik berkaitan dengan perencanaan operasional, keuangan, dan budaya perusahaan. Dalam upaya mengimplementasikan budaya perusahaan yakni *PERFORM (Pride of Indonesia, Entrepreneurial, Responsible, Focused, Outstanding Service, Respectful, dan Meritocratic)*, unit CTG melakukan *event* berikut ini:

- ***Wednesday is A Fun Day – 23 November 2016***

Acara ini dilakukan dengan mengajak seluruh anggota dari setiap unit untuk membuat video atau foto yang paling menarik di RABU SERU. Pengambilan video dan foto dilakukan pada Rabu, 23 November 2016 di ruang kerja unit masing-masing. Video atau foto yang terheboh akan mendapatkan hadiah menarik dan ditayangkan pada acara Senam Bersama 25 November 2016 di Soewarna Golf Club.

Dalam kesempatan ini, penulis bertugas untuk mengambil rekaman video dari setiap unit sebagai bahan untuk membuat *Behind The Scene*.

- **Senam Bersama PT Angkasa Pura II di Soewarna Golf Club**

Kegiatan ini merupakan kegiatan Senam Kesegaran Jasmani yang rutin dilakukan setiap Jumat, hanya saja dilaksanakan di luar kantor. Kegiatan Senam Bersama di luar kantor ini akan rutin dilakukan setiap tiga bulan sekali dengan tujuan menghilangkan rasa jenuh dalam bekerja. Dalam acara tersebut juga ditayangkan tiga rekaman video dari unit-unit yang memenangkan acara *Wednesday is A Fun Day*. Unit *Corporate Secretary* menjadi pemenang utama dalam *event* tersebut. Kriteria pemenang dilihat dari segi kreatifitas dalam menyampaikan budaya PERFORM perusahaan.

Dalam kesempatan ini, penulis bertugas untuk mendokumentasikan rangkaian acara dan mengikuti senam.

Seitel (2011, h. 44-45) menjelaskan bahwa *special event* termasuk dalam salah satu aktivitas PR dalam kategori *planning* (aktivitas PR yang membutuhkan perencanaan) untuk menjalankan fungsi tertentu.

Berkaitan dengan salah satu aktivitas PR, yakni publisitas, sub unit *Public Relations* juga sering kali ditugaskan untuk mendokumentasikan kegiatan-kegiatan dari unit-unit yang lain, termasuk juga kegiatan IR & BODS maupun unit lain di luar *Corporate Secretary*, seperti *Corporate Transformation Group*.

Shone dan Parry (2013, h. 6) menjelaskan bahwa *special events* merupakan fenomena yang timbul dari mereka dengan kesempatan (tidak rutin) atas waktu luang, budaya, pribadi atau organisasi dengan tujuan terpisah dari aktivitas kehidupan sehari-hari. Tujuannya adalah untuk mencerahkan, merayakan, menghibur atau menantang pengalaman sekelompok orang. Menurut Shone dan Parry (2013, h. 120), proses manajemen *event* terdiri dari *Objective (Research), Planning, Organizing, Implementing, dan Divestment/Legacy*.

Berdasarkan analisis penulis, proses manajemen *event* di PT Angkasa Pura II sudah berjalan dengan baik. Hanya saja, pada praktiknya pelaksanaan *event* diadakan secara mendadak (d disesuaikan dengan agenda direksi) dan tanpa disertai dengan proses evaluasi (*Divestment/Legacy*). Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan waktu akibat banyaknya *event* yang harus dipersiapkan dengan jumlah staf yang terbatas.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Dalam melaksanakan praktik kerja magang, penulis menemukan beberapa kendala, antara lain:

- a. Keterbatasan jumlah staf di sub unit *Public Relations* sehingga berakibat pada *job desk* yang kurang terspesifikasi.
- b. Keterbatasan fasilitas yang menunjang pekerjaan magang bagi mahasiswa, seperti *ID Card* untuk mengakses mesin *print*, fotokopi, dan *scanner* serta perangkat (*hardware* dan *software*) komputer. Keterbatasan fasilitas tersebut dapat menghambat pekerjaan, seperti *media monitoring*.
- c. Beberapa tugas yang diberikan kepada sub unit *Public Relations* diinformasikan secara mendadak sehingga hanya sedikit waktu yang dimiliki oleh staf PR untuk mengerjakan tugas tersebut.

3.3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan beberapa kendala yang ditemui dalam praktik kerja magang, adapun solusi yang ditawarkan untuk mengatasi kendala tersebut, di antaranya:

- a. Dengan terbatasnya jumlah staf PR, manajemen waktu dalam melakukan pekerjaan harus lebih baik lagi. Hal ini dilakukan dengan tidak menunda pekerjaan agar dapat selesai sebelum *deadline* dan dapat mengerjakan pekerjaan yang lainnya.
- b. Menyampaikan kendala keterbatasan fasilitas kepada staf PR agar dapat disampaikan pada unit yang berkaitan dengan fasilitas kantor.
- c. Di sela-sela waktu luang, banyak bertanya kepada staf PR mengenai alur dan proses kerja PR (praktik PR), terutama dalam situasi yang tidak dapat diprediksi.