



### **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 I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan dalam menghadapi persaingan perusahaan di era kompetisi global, setiap perusahaan diharapkan memiliki keunggulan kompetitif dari berbagai aspek. Keunggulan kompetitif akan membuat perusahaan memenangkan persaingan. Peran *Public Relations* sangat dibutuhkan didalam sebuah organisasi atau perusahaan sebagai komunikator dan menjalin hubungan baik kepada publik internal maupun eksternal. Oleh karena itu *Public Relations* merupakan salah satu ujung tombak dari organisasi atau perusahaan dalam bersaing di era globalisasi saat ini.

Pekerjaan seorang praktisi *Public Relations* tidak luput dari menjaga hubungan baik dengan media ataupun *media relations*. Scott M. Cutlip (2006 : 6), *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Pengertian *Public Relations* tersebut mencakup membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan media massa, atau yang dikenal dengan *media relations*.

Menurut Yosol Iriantara (2005:32) *media relations* merupakan bagian dari *Public Relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi.

Sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), PT. Angkasa Pura II memiliki beragam *stakeholders* yang tersebar luas. Karena PT. Angkasa Pura II bergerak di bidang jasa kebandarudaraan. Dengan adanya media massa, informasi- informasi terkait yang ingin disampaikan oleh PT. Angkasa Pura II kepada *stakeholders* dapat segera disampaikan. Bagi PT. Angkasa Pura II untuk mendapatkan hubungan yang baik dengan media, pihak perusahaan harus bisa menciptakan keakraban dengan pihak wartawan serta pemimpin redaksi. Termasuk dalam fungsi eksternal PT. Angkasa Pura II (Persero) melakukan aktivitas *media relations*.

*Media relations* menempati posisi penting dalam pekerjaan seorang *Public Relations*, karena dengan berkembangnya teknologi dan arus informasi dengan hitungan detik dapat memudahkan dalam penyebaran informasi kepada khalayak publik media massa menjadi penjaga gawang dan mengontrol informasi yang mengalir kepada masyarakat dalam sebuah sistem sosial. Tidak semua *Public Relations* menyadari tentang peranan media massa ini. Dampaknya, banyak *Public Relations* yang tidak menggunakan *media massa* secara maksimal

Bahkan tidak ada usaha dalam menjalin kerjasama yang baik dengan pekerja-pekerja media yang ada Darmastuti (2002, h. 40). Untuk seorang praktisi *Public Relations* tentu pekerjaannya tidak luput dari menjaga hubungan baik dengan media atau menjalankan kegiatan *media relations* dengan baik. Menurut Yosol Iriantara (2005, h. 2) *media relations* merupakan bagian dari public relations eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi.

Dalam membina hubungan baik dengan media, *Public Relations* PT. Angkasa Pura II selalu menjaga hubungan baik dengan media dan tidak luput dari *media visit* dan *company visit*. Media tersebut di bagi menjadi media online dan cetak. Hal ini bertujuan untuk bisa mendapatkan *free publicity* di berbagai media dan juga untuk promosi. *Free publicity* disini adalah publikasi di media yang tidak dibayar dari press release yang telah di kirimkan oleh *Public Relations* sebelumnya. Agar *press release* di muat di media, tentunya tidak mudah untuk menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dengan cara manual, harus dengan cara langsung. Oleh karena itu dibutuhkan pendekatan yang mampu menjangkau publik yang tersebar luas dan mempercepat proses dalam penyebaran informasi. Maka dari itu, kegiatan *media relations* di PT. Angkasa Pura II sangat dibutuhkan oleh seorang *Public Relations*.

Aktivitas *media relations* yang dilakukan oleh PT. Angkasa Pura II tentunya ada berbagai macam. Contohnya seperti melakukan *media monitoring*,

mengadakan *event* internal maupun eksternal, membuat *press release*, *press tour*, *press conference*, wawancara dengan *media massa*, kunjungan ke redaksi media, serta mengedukasi wartawan. Agar berjalan dengan optimal maka PT. Angkasa Pura II memerlukan tenaga lebih untuk membantu divisi *Public Relations* dalam merencanakan dan menjalankan segala aktivitas *media relations*. Oleh karena itu melalui praktik kerja magang ini penulis ingin menggali dan mengembangkan setiap pengetahuan mengenai segala hal yang berkaitan dengan fungsi dan peran *Public Relations* khususnya di bagian *media relations* yang dijalankan oleh PT. Angkasa Pura II (Persero).

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan Penulis melakukan kerja magang selain sebagai salah satu syarat untuk menuntaskan pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis juga ingin memiliki pengetahuan yang cukup dalam konsep dan teori *Public Relations* adalah hal dasar yang harus di miliki oleh seorang *Public Relations*. Tetapi hal ini tidaklah cukup tanpa ada nya kerja praktik magang. Oleh karena itu penulis melakukan praktik kerja magang dengan tujuan sebagai berikut:

- Mendapatkan pengalaman di dunia kerja dengan terjun langsung dalam kegiatan media relation pada divisi *Public Relations* di Corporate Secretary & Legal PT. Angkasa Pura II.
- Ingin mengetahui dan memahami peran *Public Relations* di PT. Angkasa Pura II khususnya dalam kegiatan media relations.
- Menambah wawasan terkait bagaimana berinteraksi dan menjalin hubungan baik dengan rekan media.
- Sebagai wadah untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari dalam dunia perkuliahan khususnya dibidang *Public relations* dan *media relations*

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang dilakukan mulai tanggal 01 Februari 2016 hingga 29 April 2016 di PT. Angkasa Pura II. Selama magang jam kerja dilaksanakan setiap hari Senin hingga Jumat dimulai pukul 07:30 sampai dengan 16:30 WIB. Prosedur pelaksanaan praktik kerja magang menurut Buku Panduan Kerja Magang Fakultas Ilmu Komunikasi.

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah prosedur magang yang diikuti penulis untuk melakukan kerja magang:

- Mahasiswa membuat surat keterangan magang yang ditanda tangani oleh Kaprodi Ilmu Komunikasi
- Kemudian penulis mengajukan CV (daftar riwayat hidup), beserta surat keterangan magang dari kampus ke kantor pusat PT. Angkasa Pura II di gedung 600. Penulis bertemu dengan bapak Sudarto sebagai bagian Training.
- Setelah penulis mengajukan CV beserta surat keterangan magang, pada saat itu juga penulis langsung di terima oleh pihak PT. Angkasa Pura II. Penulis ditempatkan pada unit Corporate Secretary & Legal.
- Selanjutnya pada hari pertama magang penulis diperkenalkan dengan Bapak Bambang selaku Supervisor di Corporate Secretary, setelah itu penulis diperkenalkan dengan Bapak Chandra Ananda selaku Senior Manager dan Bapak Adam selaku *Public Relations Officer* di Corporate Secretary & Legal, sekaligus menjadi pembimbing selama penulis melakukan prakti kerja magang di PT. Angkasa Pura II.
- Setelah diterima kerja magang, mahasiswa mendapatkan surat keterangan magang dari PT. Angkasa Pura II (untuk diserahkan ke BAAK-UMN,

sebagai bukti kalau mahasiswa tersebut telah diterima magang serta mahasiswa akan mendapatkan form-form seperti Formulir Kehadiran Kerja Magang.

- Surat keterangan magang dari pihak PT. Angkasa Pura II berupa keterangan bahwa mahasiswa benar-benar sedang melakukan praktik kerja magang di PT. Angkasa Pura II
- Sebagai identitas dalam akses masuk kedalam kantor PT. Angkasa Pura II penulis diberikan ID Card yang berlaku sampai bulan April 2016.
- Setelah kegiatan magang berlangsung, mahasiswa berkoordinasi dengan dosen pembimbing magang yang telah di tetapkan oleh kampus untuk membuat laporan kerja magang sesuai format dan standart yang telah ditetapkan oleh pihak UMN. Guna sebagai syarat kelulusan mata kuliah magang.
- Setelah laporan kerja magang selesai penulis mengumpulkan laporan magang kepada BAAK-UMN untuk menghadapi sidang laporan kerja magang, hingga akhirnya penulis mendapatkan penilaian.

