



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

Dewasa ini, sektor transportasi semakin berkembang diseluruh dunia baik transportasi darat, laut maupun udara. Transportasi merupakan kebutuhan terpenting bagi masyarakat dalam menunjang aktivitas serta rutinitas sehari – hari. Salah satu transportasi yang meningkat jumlah peminatnya yaitu transportasi udara atau yang biasa disebut dengan pesawat udara. Pesawat udara memberikan kenyamanan melalui ketepatan waktu, keberangkatan serta fasilitas yang dapat digunakan maupun dirasakan oleh masyarakat yang menggunakan jasa pelayanan udara. Dalam artikel yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), tercatat pada periode Januari hingga Mei 2016 jumlah penumpang domestik mengalami kenaikan sebesar 18,04% menjadi 21,5 juta penumpang dan jumlah penumpang international tercatat meningkat sebesar 6,15% menjadi 5,9 juta penumpang dibandingkan dengan periode tahun 2015 (Aditiasari, 2016, para 3).

Meningkatnya jumlah penumpang pengguna jasa bandara pada setiap tahunnya, dibutuhkan pengelolaan bandara serta perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa kebandarudaraan salah satunya adalah PT Angkasa Pura II (persero) untuk pengelolaan bandara yang baik dalam hal pelayanan serta fasilitas. Dalam melayani penggunaan transportasi udara dalam jangka lama tentunya diperlukan peningkatan banyak hal, baik dari sisi pelayanan, sistem, maupun fasilitas. Hal ini terbukti pada pemberitaan www.angkasapura2.co.id mengungkapkan pada tahun 2007 dimulai pembangunan Terminal 3 oleh PT Angkasa Pura II (persero) dengan jangka waktu yang cukup lama, hingga akhirnya diresmikan beroperasi Terminal 3 Ultimate pada tanggal 9 Agustus 2016. Adanya terminal tersebut, direncanakan akan mampu menampung 25 juta penumpang tiap tahunnya. Berbeda dengan Terminal 1, Terminal 2 dan Terminal 3, dilengkapi dengan seni dan budaya Indonesia yang bergayakan modern serta minimalis pada desainnya, guna mendukung perekonomian dan meningkatkan pariwisata Indonesia.

Perusahaan dalam hal ini membutuhkan peran yang mampu menjalin hubungan baik dengan para stakeholder salah satunya dengan media. Salah satu peran yang menjadi penghubung bagi perusahaan agar tujuan dan citra perusahaan dapat terlaksana dengan baik yaitu *Public Relations*. Pada perusahaan pengelolaan jasa kebandarudaraan *public relations* melakukan aktivitas dengan cara mengelola, merencanakan serta mengevaluasi fungsi hubungan kemasyarakatan dan media. Oleh karena itu, PT Angkasa Pura II (Persero) melakukan kerjasama yang baik dengan media, guna untuk mendapatkan publikasi mengenai pemberitaan serta kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dan masyarakat mampu memberikan dampak yang baik dalam memberikan respon *positive* yang dilakukan oleh media. Dalam kegiatan komunikasi tersebut praktisi *public relations* mampu menganalisis dan mengetahui efek dari komunikasi tersebut, untuk mendapatkan *feedback* dan berdampak *positive* terhadap citra atau sebaliknya menjadi *negative* (Ruslan, 2013, h. 19). Aktivitas yang dilakukan oleh *public relations* berkaitan dengan media massa guna mendapatkan publisitas dan membentuk sinergi yang *positive* antara kedua belah pihak.

Namun, seringkali perusahaan tidak dapat merespon pemberitaan yang dibuat oleh media massa dan mengetahui respon publik terhadap pemberitaan tersebut, sehingga menimbulkan opini publik yang akan berdampak pada citra serta reputasi perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan serta praktisi *Public Relations* PT Angkasa Pura II memiliki program monitoring untuk memantau, mendata serta mengevaluasi pemberitaan yang dibuat oleh media massa mengenai perusahaan. *Media Monitoring* dalam ruang lingkup *Public Relations* memiliki peran yang sangat penting bagi suatu perusahaan sebagai bentuk kontrol pemberitaan media massa mengenai perusahaan terkait pemberitaan yang *positive* seperti mengenai keberhasilan perusahaan terhadap kinerja serta proyek yang dijalankannya, dan pemberitaan *negative* dalam hal pemberitaan menyangkut isu atau krisis yang dialami perusahaan dan pemberitaan *neutral* yang dimana pemberitaan tersebut tidak melebihkan atau mengurangi porsi isi pemberitaan. Sehingga, perusahaan mampu memberikan evaluasi serta tanggapan terhadap media massa dan respon publik secara terstruktur dan akurat.

Media massa dalam mempublikasikan pemberitaan tentunya mampu memberikan dampak positif maupun negatif bagi perusahaan dan membentuk opini publik. Pemberitaan yang dibuat oleh media massa mengenai PT Angkasa Pura II tahun 2015 lebih berfokus membahas mengenai peningkatan atau perbaikan dalam hal sistem pelayanan. Topik pemberitaan yang dibahas mengenai sistem pelayanan seperti, Angkasa Pura Tanggapi Sepuluh Keluhan Pelanggan di Bandara International Soekarno Hatta dan Jurus Angkasa Pura II Perbaiki Transportasi di Bandara Soetta. Dari kedua topik yang dipublikasikan oleh media massa membuktikan bahwa, PT Angkasa Pura II terus berupaya memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen atau pengguna jasa kebandarudaraan sebagai bentuk memberikan kenyamanan, keamanan serta kepercayaan yang telah diberikan konsumen kepada PT Angkasa Pura II dalam memberikan pelayanan jasa kebandarudaraan. Pemberitaan yang dilakukan media massa memberikan respon positif bagi perusahaan dan publik, sehingga mampu menciptakan citra serta reputasi perusahaan yang baik. Berikut merupakan artikel yang dilansir oleh media massa:

Dalam artikel yang di publikasikan www.liputan6.com, PT Angkasa Pura II mengidentifikasi sepuluh besar kasus yang sering diadukan para konsumen. Langkah ini dilakukan dengan menggandeng Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YKLI). Posisi kasus bagasi hilang atau rusak menempati urutan teratas. Dalam hal ini, untuk menangani keluhan tersebut AP II bersama para stakeholder, seperti, Polres Bandara Soetta dan TNI, terus melakukan upaya perbaikan. Dalam kurun waktu dari bulan Mei 2015, sudah ada beberapa kegiatan untuk langkah perbaikan. PT Angkasa Pura II memiliki strategi dalam hal penataan transportasi, hal ini terbukti pada pemberitaan yang dibuat oleh www.liputan6.com, Manajemen PT Angkasa Pura II (AP II) menyadari transportasi merupakan salah satu biang keladi masalah di Bandara Soekarno Hatta (bandara Soetta). Karena itu, Direktur Utama AP II Budi Karya Sumadi mengatakan, pihaknya akan menata transportasi umum di kawasan tersebut. Pihaknya perusahaan akan menambah jumlah tempat pemberhentian bus di Terminal 2. Selain itu, pihaknya akan meletakkan bus damri di kawasan lebih besar.

Perusahaan dalam hal ini terus meningkatkan apa yang dibutuhkan dan kendala yang dirasakan oleh konsumen sebagai bentuk pelayanan perusahaan terhadap pengguna jasa kebandarudaraan. Hal ini mampu memberikan respon positif bagi publik, baik dalam hal kepercayaan maupun kenyamanan yang dirasakan oleh konsumen ketika berada didalam Bandara Interntional Soekarno – Hatta serta mampu berdampak baik bagi citra dan reputasi perusahaan, karena telah memberika pelayanan yang terbaik bagi pengguna jasa transportasi udara. Dari beberapa artikel diatas membuktikan bahwa Angkasa Pura II mendapatkan pemberitaan positif dari media massa, untuk mempertahankan pemberitaan positif tersebut perlunya perusahaan meningkatkan dalam segala hal baik dalam pelayanan, sistem dan fasilitas bandara. Sehingga, respon positif yang diberikan oleh media massa maupun publik semakin memperbaiki citra dan reputasi yang di dapatkan oleh perusahaan. Adapun pemberitaan negatif yang dipublikasikan oleh media massa mengenai perusahaan, namun pemberitaan tersebut tidak berdampak menimbulkan isu maupun krisis bagi perusahaan, sehingga hanya perlu diberikan klarifikasi serta tindakan yang cepat dari perusahaan kepada pemberitaan tersebut.

Pokok pembahasan laporan kerja magang yang dipilih oleh penulis adalah aktivitas *media monitoring*. Pemilihan topik ini, dikarenakan presentase utama kegiatan penulis cenderung lebih banyak pada kegiatan *media monitoring* dibandingkan dengan kegiatan lainnya. Melaksanakan kerja magang selama empat puluh hari kerja, memberikan pengalaman bagi penulis mengenai aktivitas *public relations* dengan cara menjalin hubungan yang baik dengan media massa menggunakan cara *Media Relations* dan aktivitasnya mengerjakan *Media Monitoring*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang dilakukan sebagai suatu sarana bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara untuk memperoleh pengalaman kerja secara nyata khususnya sebagai seorang *Public Relations*. Pada praktek kerja magang, penulis diharapkan mampu mengembangkan teori serta ilmu yang didapatkannya

selama masa perkuliahan untuk dipraktikkan secara langsung dan dapat dilihat hasil pekerjaannya.

Kerja magang dilakukan disalah satu perusahaan milik negara yaitu PT Angkasa Pura II (Persero) yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa kebandarudaraan di wilayah Indonesia Barat. Praktik kerja magang dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui peran dan fungsi praktisi *Public Relations* di perusahaan pengelolaan jasa kebandarudaraan.
2. Mampu mengetahui peran dan fungsi *media monitoring* dalam pekerjaan *Public Relations* di perusahaan pengelolaan jasa kebandarudaraan
3. Untuk mengetahui kendala yang ditemui oleh *Public Relations* PT Angkasa Pura II (persero) melalui aktivitas *Media Monitoring*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan kerja magang dilakukan selama empat puluh hari kerja hari kerja, yakni dimulai pada tanggal 18 Juli sampai dengan 13 September 2016. Saat ada libur nasional, praktik kerja magang diliburkan mengikuti aturan yang ditentukan oleh perusahaan yaitu tanggal 12 September 2016.

Pada saat menjalani praktik kerja magang, mahasiswa wajib mentaati dan mengikuti prosedur peraturan yang ada didalam perusahaan. Praktik kerja magang di PT Angkasa Pura II (Persero) dilakukan pada hari senin hingga Jumat mulai pukul 07.30 – 16.30 Waktu Indonesia Barat (WIB). Adapun, absensi dilakukan secara manual dengan cara mentandatangani absen yang disediakan oleh Unit *Training & Development*, serta ditandatangani oleh Candra Ananda selaku *Supervisor Lapangan*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah prosedur pelaksanaan kerja magang yang diikuti oleh mahasiswa:

1. Mahasiswa mengisi KM 01 yang berisi tentang Surat Pengajuan Magang, setelah itu surat tersebut akan ditandatangani oleh Ketua Progam Studi (Kaprodi) jika perusahaan dan divisi sesuai dengan jurusan yang diambil oleh mahasiswa *Public Relations*. Setelah Surat Pengajuan Magang yang sudah disetujui dan ditandatangani oleh Kaprodi, surat tersebut akan menjadi Surat Pengantar Kerja Magang untuk diberikan kepada perusahaan yang dituju PT Angkasa Puta II (Persero) beserta lampiran CV syarat dari pengajuan magang diperusahaan.
2. Surat Izin Magang dari perusahaan akan diterima setelah mahasiswa dianggap memenuhi syarat yang dibutuhkan oleh perusahaan, setelah itu, penulis mendapatkan surat penerimaan magang pada tanggal 22 Juni 2016 yang telah ditandatangani oleh *Vice President Of Taining & Development* dan *Head Of Secretary & Legal*. Kemudian, surat akan diproses oleh BAAK dan mahasiswa mendapatkan dokumen untuk diisi selama praktik kerja magang dan ditandatangani oleh supervisor atau pembimbing lapangan.
3. Pada saat periode magang yang disepakati telah berakhir, mahasiswa diwajibkan melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing yang telah ditentukan oleh Universitas, sebagai syarat untuk melakukan laporan kerja magang dan melakukan sidang pertanggung jawaban selama magang diperusahaan.