



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

Praktik kerja magang dilaksanakan oleh penulis di PT Angkasa Pura II (Persero) pada unit *Corporate Secretary & Legal* yang dipimpin oleh Agus Haryadi dan divisi *Public Relations Manager* dipimpin oleh Haerul Anwar. Pekerjaan atau kegiatan yang diberikan oleh perusahaan kepada mahasiswa *Internship* pada umumnya serupa dengan staff perusahaan. Mahasiswa diwajibkan mampu mengikuti prosedur yang ada didalam perusahaan tersebut.

Penulis bertugas sebagai seorang *Internship Public Relations* dengan aktivitas utama yang dilakukan yaitu *Media Monitoring*. Aktivitas tersebut digunakan oleh PR untuk memantau pemberitaan yang dibuat oleh media massa mengenai perusahaan, pemanataan tersebut dilakukan menggunakan program monitoring IMM. TODAY yang dimiliki oleh perusahaan. Adapun IMM adalah *Intelligence Media Management* suatu kegiatan men – *tracking* pemberitaan yang dibuat oleh media massa. Dalam hal ini, penulis diwajibkan menginput, menganalisis serta mengumpulkan atau mengkliping pemberitaan yang dibuat oleh media massa mengenai beragam pemberitaan terkait PT Angkasa Pura II, Terminal 3 Ultimate dan Budi Karya Sumadi sebagai President Director Angkasa Pura II atau Plt. Djoko Murjatmodjo.

Aktivitas lain yang dilakukan oleh penulis selama melaksanakan praktik kerja magang yaitu membantu atau ikut serta dalam divisi *Institutional Relations* dalam menyelenggarakan acara – acara internal maupun kelembagaan seperti pisah sambut komisaris, penyambutan atlet olimpiade RIO 2016, rapat kunjungan bersama Kementerian Perhubungan dan Kementerian Hukum dan HAM, Serta mengikuti Rapat Koordinasi yang diikuti oleh ketua dan kepala bagian.

Beberapa aktivitas yang dapat dipelajari selama praktik kerja magang adalah perencanaan komunikasi dengan pihak eksternal seperti masyarakat dan media massa melalui *media relations* dan melakukan aktivitas *media monitoring* untuk mengetahui isi pemberitaan yang dimuat oleh media serta mengukur efektivitas program komunikasi & informasi yang dilakukan oleh perusahaan. Setiap melakukan aktivitas diperusahaan, penulis mendapatkan bimbingan serta pembimbing oleh *mentor* maupun *co – mentor*.

Dalam divisi *public relations* dibimbing oleh Candra Ananda. Namun dalam kesehariannya, saat melakukan tugas *media monitoring* dibantu oleh Ineke Triantyasari Lady dan Haris Agung. Penulis juga membantu divisi *Institutional Relations* dalam membuat acara – acara penulis dibawah arahan *supervisor* oleh Reisa Dian Kusuma dan Ary Yugiana sebagai *co-mentor*, sehingga penulis mampu memahami dan melaksanakan tugas tersebut tanpa kendala.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Secara umum aktivitas dan tugas yang dilakukan oleh penulis lebih berfokus melakukan aktivitas *media monitoring*, namun aktivitas yang lainnya masih dalam ruang lingkup aktivitas *corporate secretary & legal*. Berikut aktivitas yang dilakukan oleh penulis selama praktik kerja magang di PT Angkasa Pura II (persero):

TABEL 3.1 Tabel Pekerjaan

Aktivitas	Minggu Ke-								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Media Monitoring									
PR Value									
Pendokumentasian									
Special Event									
PR Writing									

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Pembahasan

3.3.1.1 Media Monitoring

Aktivitas *media monitoring* dimulai pukul 07.30 WIB hingga 11.00 WIB. Kegiatan *men-tracking* pemberita ini dibantu oleh PT. eBdesk Indonesia melalui *Intelligence Media Management* (IMM), dengan membuka program monitoring yang yaitu IMM.TODAY. Pemberitaan yang di input oleh penulis dalam melakukan *media monitoring* yaitu media online dan media cetak, program tersebut membantu dan mempermudah seorang *Public Relations* dalam mencari, menginput, mendata serta mengevaluasi pemberitaan yang menyangkut pemberitaan tentang perusahaan seperti PT Angkasa Pura II, Terminal 3 Ultimate, Budi karya Sumadi. Namun, seiring diangkatnya Pak Budi Karya Sumadi sebagai Menteri Perhubungan, pemberitaan tersebut diganti menjadi Djoko Murjatmodjo selaku Plt. President Director Angkasa Pura II.

Selama tujuh minggu penulis melakukan aktivitas monitoring media online dan media cetak. Media – media itu antara lain, Koran Nasional, Koran Daerah, Majalah dan Media Online sebagai berikut, Investor Daily, Suara Karya, Bisnis Indonesia, Indo Pos, Harian Terbit, Neraca, Kompas, Koran Tempo, Pikiran Rakyat, Koran Sindo, Media Indonesia, Warta Kota, The Jakarta Post, Republika, Berita Satu, BUMN Insight, Gatra, Pontianak Post, Jambi Express, Airliner World, Tribun News, Majalah Angkasa, Majalah Investor, Katadaata.com, Republika.co.id, Liputan6.com, Tempo.co, Detik.com, Okezone.com, Beritasatu.com, Antaranews.com, Jpnn.com, Cnnindonesia.com.

Setelah menginput pemberitaan tersebut penulis melakukan rekapan *media monitoring* dengan cara merekap melalui *microsoft excel* dengan menuliskan *media* (Online atau Cetak), *News* (Judul pemberitaan, Tanggal

dan Wartawan), *Spoke Person*, *Key Message*, dan *News Value* (*Positive, Negative dan Neutral*). Pemberitaan yang telah diinput dan direkap, sebelumnya penulis mengirimkan terdahulu kepada *co – mentor* untuk diperiksa kembali agar pemberitaan yang diinput oleh penulis secara keseluruhan sudah benar dan dapat diberikan kepada direksi. Setelah diperiksa oleh *co – mentor*, penulis mencetak serta mengkliping pemberitaan sesuai urutan tanggal yang diinput oleh penulis. Lalu, *media monitoring* yang sudah dikliping diberikan kepada direksi – direksi seperti *President Director (PD)*, *Director Finance (DF)*, *Director Of Human Capital, General Affairs, & IT (DH)*.

Media monitoring adalah pendekatan yang dilakukan oleh *public relations* terhadap pemberitaan yang terdapat di media massa dengan cara dipantau dan dikontrol (Dwitia, 2011, para.4). Namun, menurut Iriantara (2008, h.208) *media monitoring* adalah pemantauan media pada dasarnya merupakan kegiatan mengikuti apa yang dilaporkan oleh media, khususnya pemberitaan positif dan negatif bagi organisasi.

Pemberitaan mengenai perusahaan tentunya harus selalu dijaga dengan baik guna untuk menghindari terjadinya isu atau krisis yang terjadi serta menjaga citra dan reputasi perusahaan. *Media Monitoring* berfungsi sebagai *feedback* bagi pihak manajemen untuk mengubah arah, strategi komunikasi, melakukan realokasi sumber daya, atau mendefinisikan ulang proitas organisasi untuk mencapai objective dari program komunikasinya (Newsom, Turk, & Kruckeberg, 2010, h. 305).

Media monitoring yang dilakukan oleh divisi *public relations* PT Angkasa Pura II sebagai cara praktisi *public relations* untuk menjaga citra serta reputasi perusahaan, agar tidak menimbulkan hal yang mampu menimbulkan isu dan krisis yang akan berdampak *negative* bagi perusahaan serta sebagai resume bagi para direksi perusahaan dalam memberikan informasi serta menjalin komunikasi terhadap media massa serta masyarakat. Dalam hal ini *media monitoring* akan menjadi dokumentasi

bagi perusahaan untuk dianalisis dan dievaluasi kembali ketika dibutuhkan oleh perusahaan.

Dari dua hal diatas dapat dilihat *media monitoring* yang dilakukan oleh perusahaan sudah sesuai dengan konsep *media monitoring*. Dikarenakan perusahaan melakukan program monitoring sebagai bentuk *feedback* untuk mendapatkan respon positif publik dan media massa. Pemantauan pemberitaan ini sebagai kontrol *public relations* beserta para direksi untuk mengantisipasi timbulnya isu dan krisis yang dibuat oleh media massa mengenai pemberitaan yang dipublikasikan.



a. Tujuan Kegiatan *Media Monitoring* diantaranya:

1. Untuk mengetahui publisitas PT Angkasa Pura II mengenai setiap pemberitaan maupun kegiatan perusahaan.
2. Mengetahui porsi pemberitaan mengenai PT Angkasa Pura II di media massa.
3. Untuk melengkapi data atau informasi bagi pimpinan perusahaan untuk keperluan pembuatan penilaian secara tepat mengenai situasi

atau permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan – kegiatan PT Angkasa Pura II.

4. Sebagai dokumentasi perusahaan yang suatu ketika akan dianalisis atau dievaluasi kembali ketika dibutuhkan oleh perusahaan. Sebagai contoh, perusahaan dapat membandingkan tulisan jumlah tulisan yang terdapat pada media cetak, tone pemberitaan (*positive* atau *negative*).

Berikut merupakan cara pengerjaan *media monitoring* yang dilakukan oleh penulis selama praktik kerja magang, yaitu:

Tabel 3.2 Cara Pengerjaan *Media Monitoring*

Cara melakukan <i>Media Monitoring</i>	
1	Membuka program media monitoring IMM. TODAY yang dimiliki oleh PT Angkasa Pura II serta masukan username serta password untuk mengakses pemberitaan yang akan dipilih.
2	Pilih tanggal sesuai hari yang akan diinput pemberitaanya.
3	Dalam program monitoring, pilih serta input pemberitaan mengenai Angkasa Pura II, Terminal 3 Ultimate serta Budi Karya Sumadi atau Djoko Murjatmodjo. Pemberitaan yang diinput dalam program monitoring adalah media Online dan Cetak.
4	Setelah terinput, lakukan pendataan atau pemeriksaan mengenai pemberitaan yang telah diinput untuk dikliping serta direkap dalam bentuk <i>Microsoft. Excel</i> .
5	Pemberitaan yang sudah didata serta direkap. Lakukan pengklipingan untuk diberikan kepada direksi – direksi.

Pengumpulan dan pengolahan data, melalui pengklippingan dari media massa sebagai informasi umpan balik dan penilaian terhadap organisasinya, merupakan bagian dalam riset (Rendro, ed. 2010, h. 275). Penulis melihat dalam hal ini, tujuan dari aktivitas *media monitoring* mampu memberikan dampak yang positif bagi perusahaan dalam melakukan aktivitas pemantauan media mengenai pemberitaan yang dilakukan oleh media massa. Perusahaan dapat mengetahui apakah tujuan perusahaan tersampaikan kepada publik dan mendapatkan respon yang positif terkait pemberitaan yang dibuat oleh media serta mampu mengevaluasi atau menganalisis pemberitaan yang sedang update diberitakan oleh media.

3.3.1.2 PR Value

Selama praktik kerja magang, penulis diajarkan bagaimana cara menghitung PR Value dalam media cetak yaitu Koran. Pertama, penulis mencari pemberitaan melalui koran yang di mana terdapat pemberitaan mengenai Angkasa Pura II, Terminal 3 Ultimate serta Budi Karya Sumadi atau Djoko Murjatmodjo. Pemberitaan tersebut dilihat berdasarkan artikel maupun gambar yang ada dikoran, baik yang berwarna maupun tidak berwarna. Kedua, pemberitaan yang sudah dipilih selanjutnya dihitung berdasarkan rumus diatas dan digabungkan dengan harga iklan media cetak yang dimiliki oleh PT Angkasa Pura II (persero). Ketiga, setelah dihitung dan mendapatkan jumlah hasil akhirnya penulis melakukan pendata menggunakan *Microsoft Excel* untuk diberikan kepada *co – mentor*.

Menurut Silih A. Wasesa (2005, dikutip dalam Rendro, 2010, h. 275 – 276) menjelaskan *Quanti Value*, merupakan pendekatan kuantitatif di mana hasil kerja *public relations* dikuantifikasikan sehingga berbentuk angka – angka yang dapat dihitung. Pendekatan ini menggambarkan berapa rupiah yang disumbangkan oleh PR sebagai bagian dan fungsi manajemen. Angka PR Value diperoleh dengan mengukur terlebih dahulu besar berita dalam satuan centimeter (cm), kemudian mengalikannya

dengan jumlah kolom *advertising rate* (BW atau Full Colour) dari surat kabar tersebut.

a. Rumus perhitungan PR Value

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Halaman Depan (HL) Ukuran artikel X rate iklan X 8 (tanpa Foto or X 10 dengan foto) + 10% PPn- Halaman Dalam ukuran artikel X rate iklan X 3 (tanpa foto or X 5 dengan foto) + 10% PPn |
|---|

Dalam hal ini menurut penulis, perhitungan PR Value yang dilakukan sesuai dengan konsep menurut Silih A. Wasesa, bahwa pendekatan untuk mengkuantifikasikan hasil kerja *public relations* salah satunya menghasilkan rupiah dan publisitas. Cara ini digunakan untuk menilai program *public relations* ekuivalen dengan biaya yang harus dikeluarkan perusahaan jika perusahaan beriklan atau membuat berita artikel dan sesuai dengan tarif iklan yang berlaku dalam media tersebut.

3.3.1.3 Pendokumentasian

Melakukan pendokumentasian terhadap kegiatan atau aktivitas perusahaan merupakan salah satu hal yang penting untuk dijadikan sebagai arsip perusahaan, guna untuk dokumentasi maupun publikasi terhadap perusahaan dan media massa. Divisi *institutional relations* maupun *public relations* membuat suatu acara dengan mengikutseratakan mahasiswa *internship* untuk ikut mengawal kegiatan yang akan dilakukan, bertanggung jawab terhadap peserta, pendokumentasian. Kegiatan yang penulis ikuti untuk pendokumentasian salah satunya yaitu:

a. Donor Darah bersama PMI di Gedung 600 AP II

Kegiatan Donor Darah yang dilakukan oleh PT Angkasa Pura II (persero) bekerjasama dengan Palang Merah Indonesia (PMI) sebagai bentuk bakti sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Para staff yang

berada di Gedung 600 AP II mengikuti kegiatan tersebut sebagai bentuk kepedulian terhadap sesama.

Dalam hal ini penulis diberikan tugas oleh *co – mentor* untuk melakukan pengambilan gambar atas aktivitas yang dilakukan. Selain itu, penulis serta mahasiswa *internship* lainnya yang berada di PT Angkasa Pura II mengikuti kegiatan tersebut untuk ikutserta berpartisipasi dalam menyumbangkan atau donor darah bagi yang orang yang membutuhkannya.

Setelah itu, gambar yang telah didokumentasikan oleh penulis akan segera diberikan kepada pembimbing lapangan untuk dijadikan arsip perusahaan. Pada prinsipnya tujuan dari dokumentasi adalah untuk mengkomunikasikan, mengambil suatu informasi dari suatu masalah atau kegiatan agar dapat diketahui serta dipahami (Mintocaroko, 2012, h.1). Pemahaman mengenai pendokumentasian ini sesuai dengan apa yang dikerjakan oleh penulis, dikarenakan pengambilan gambar yang dilakukan merupakan pendokumentasian sebagai bentuk penyampaian komunikasi melalui gambar serta tujuan kegiatan tersebut yang nantinya akan menjadi informasi atau dokumentasi perusahaan untuk di pahami oleh media massa maupun publik.

Gambar 3.2 Kegiatan Donor Darah bersama PMI



b. *Press Conference* Terkait Terminal 3 Ultimate

Press Conference dilakukan pada tanggal 11 Agustus 2016 dengan mengundang beberapa wartawan untuk hadir di acara tersebut. Dalam acara tersebut membicarakan mengenai Angkasa Pura II kembangkan akses Terminal 3 Baru dan berkomitmen untuk bisa memberikan pelayanan terbaik kepada pengguna jasa Bandara International Soekarno – Hatta. Penulis diberikan tugas untuk membantu pengambilan foto ketika *press conference* dilakukan serta membagikan *press release* yang telah dibuat oleh divisi *public relations*. Media massa di undang untuk hadir dalam *press conference* yang dilakukan oleh perusahaan guna untuk di publikasikan kepada khalayak menyangkut perusahaan mengembangkan akses Terminal 3 baru. Kegiatan tersebut dilakukan di ruangan auditorium, dengan pembicara atau *spoke person* pada *press conference* tersebut yaitu Plt. Djoko Murjatmodjo (PD), Haerul Anwar (*Public Relations Manager*), Kementerian Perhubungan.

Press conference maupun *Press release* memiliki tujuan yang sama, yakni sumber berita mengaharapkan agar apa yang disampaikan kepada wartawan, lembaga pers atau lembaga siaran, dapat disiarkan atau dipublikasikan kepada khalayak (Aceh Menulis, 2014). Menurut penulis, apa yang telah dilakukan oleh perusahaan dan PR Angkasa Pura II , sudah sesuai dengan prakteknya, dikarenakan ketika *press conference* dilakukan penulis dapat melihat hasil publikasi yang dilakukan oleh media massa baik media online maupun cetak mengenai *press conference* yang dilakukan perusahaan. Sehingga, dalam hal ini tujuan dari *press conference* sudah berhasil dipublikasikan dan tersampaikan dibaca oleh publik mengenai informasi mengenai Terminal 3.

Gambar 3.3 *Press Conference* PT Angkasa Pura II



- c. Pengambilan gambar terkait logo yang ada di Terminal 1 – 3 Bandara International Soekarno Hatta

Penulis dalam hal ini diberikan tugas oleh pembimbing lapangan untuk mencari dan mengambil gambar terkait logo yang ada pada fasilitas bandara maupun bus terminal yang ada di Terminal 1 sampai Terminal 3 Bandara International Soekarno Hatta. Pendokumentasian dilakukan mulai dari Terminal 1, Terminal 2 dan Terminal 3, banyaknya fasilitas bandara yang masih menggunakan logo Angkasa Pura II lama serta penempatan logo, yang di mana logo tersebut seharusnya ditempatkan di sisi kanan atas namun masih saja ada yang di gunakan lain posisi atau tempat. Salah satu fasilitas bandara yang masih salah penggunaan atau penempatan logo yaitu mobil pengawas bandara, taxi bandara, spanduk, tempat informasi atau pemberitahuan di bandara. Banyaknya kesalahan yang ada di fasilitas bandara akan menjadi evaluasi atau pengoreksian bagi perusahaan untuk ditindak lanjuti kembali.

Gambar tersebut akan dianalisis atau sebagai data apakah terjadi kesalahan penempatan logo Angkasa Pura II serta penggunaan logo lama dalam fasilitas bandara. Gambar yang sudah didokumentasi oleh penulis akan diberikan kepada pembimbing untuk dijadikan arsip

perusahaan sebagai bahan untuk menindaklanjuti kesalahan logo yang berada dalam fasilitas Bandara International Soekarno Hatta.

Gambar 3.4 Penggunaan Logo Lama Dalam Bus Bandara



- d. Rapat Koordinasi dalam penyambutan President Director baru PT Angkasa Pura II

Rapat koordinasi dilaksanakan pada tanggal 13 September 2016 sebagai penyambutan President Director baru di PT Angkasa Pura II bernama Muhammad Awaluddin menggantikan posisi Budi Karya Sumadi sebagai President Director Angkasa Pura II. Pada rapat ini seluruh karyawan yang ada di Gedung 600 PT Angkasa Pura II datang untuk mengikuti dan mengenal President Direktur baru, dengan memberikan pengenalan dan memberikan arahan baru kepada karyawan perusahaan serta menjelaskan visi dan misinya dalam menduduki jabatan sebagai president direktur Angkasa Pura II. Penulis dalam rapat ini diminta membantu divisi *institutional relations* untuk mengabsensi para direksi yang hadir dalam rapat dan melakukan pendokumentasian sebagai arsip perusahaan.

Penyambutan President Director baru perusahaan ini dihadiri oleh ketua dan para ketua bagian, untuk menyambut dan menghormati president director pengganti Budi Karya Sumadi dengan memberikan sambutan, serta strategi kinerja baru yang akan disampaikan oleh Muhammad Awaluddin selaku (PD) perusahaan. Rapat Koordinasi ini

menurut saya, sudah berjalan dengan baik sesuai dengan ketentuan rapat. Para ketua direksi keseluruhan hadir dirapat tersebut sebagai bentuk penghormatan dan mengikuti ketentuan yang dibuat oleh perusahaan.

Gambar 3.5 Rapat Koordinasi PT Angkasa Pura II



- e. Rapat kunjungan dalam kunjungan Kementerian Perhubungan dan Kementerian Hukum & HAM

Rapat kunjungan ini penulis membantu divisi *institutional relations* dalam berinteraksi serta memberikan pengarahan ke ruang rapat yang terletak di kantor cabang BSH Gedung 601. Setelah itu, penulis bertugas untuk medokumentasi rapat tersebut dan memberikan souvenir dari PT Angkasa Pura II kepada para hadirin perwakilan dari Kemenhub dan kemenkum HAM.

3.3.1.4 Special Event

Merancang acara tertentu atau lebih dikenal dengan peristiwa khusus (special event) yang dipilih dalam jangka waktu, tempat dan objek tertentu yang khusus sifatnya untuk mempengaruhi opini publik (Ruslan, 2013, h.13). Event atau acara khusus yang pernah diikuti oleh penulis salah satunya:

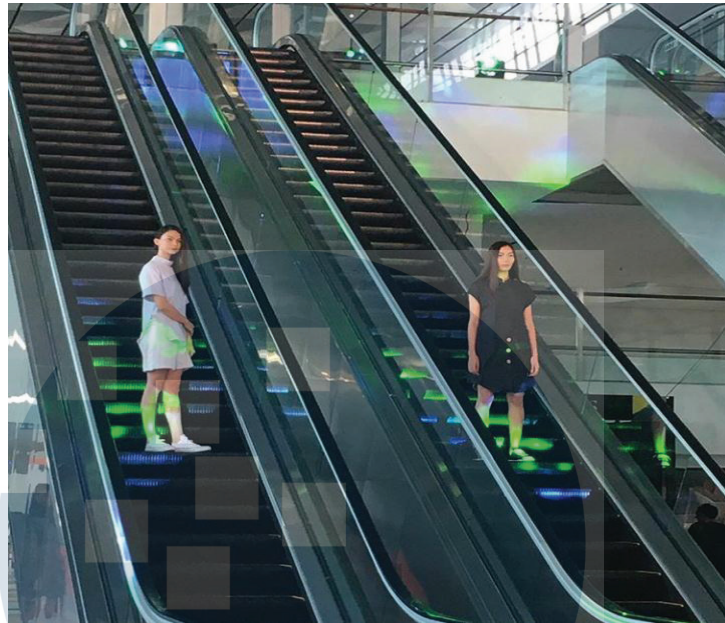
a. Terminal 3 Fashion Show

Suatu rangkaian campaign yang dilakukan oleh PT Angkasa Pura II untuk mensosialisasikan keberadaan terminal 3 ultimate yang dilakukan di boarding blowfish terminal. Acara ini termasuk pagelaran busana pertama yang dilakukan didalam bandara dengan menikmati 36 koleksi dari 3 desainer ternama yaitu Tri Handoko, Mel Ahyar, dan Danny Satriadi. Pada event Terminal 3 Fashion Show, PT Angkasa Pura II bekerjasama dengan Ikatan Perancang Mode Indonesia serta media partner bersama liputan6.com. Penulis dalam hal ini, berpartisipasi melihat dan memantau acara tersebut hingga kesuksesan acara yang dibuat.

Penulis dalam event ini bertugas untuk memantau kesuksesan acara yang dimana acara tersebut dilakukan di Terminal 3 Ultimate. Pengertian *Event of Public Relations* adalah kegiatan – kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan produk, program, maupun organisasi kepada khalayak dengan *Public Relations* sebagai motornya (Mira, 2012, para.5). Dari dua hal diatas dapat dilihat, apa yang dilakukan oleh perusahaan PT Angkasa Pura II belum sesuai dengan pemahaman mengenai *Event of Public Relations* diatas.

PT Angkasa Pura II khususnya PR perusahaan tidak di ikut sertakan dalam hal tersebut seperti diberikan run down acara, struktur acaranya (Jadwal acara, hal – hal yang dilakukan dalam acara tersebut), sebaliknya hal tersebut dilakukan oleh media partner liputan6.com sehingga kurangnya komunikasi serta kerjasama antara perusahaan dengan media massa.

Gambar 3.6 Terminal 3 Fashion Show



b. HUT Angkasa Pura II ke 32 Tahun

Dalam arangka HUT Angkasa Pura II ke 32 tahun, divisi *Public Relations* dan *Institutional Relations* melakukan kerjasama untuk merancang serta mensukseskan ulang tahun perusahaan. Penulis awalnya mengikuti briefing yang telah dibuat oleh divisi IR dan PR untuk mengetahui apa saja acara yang akan dilakukan baik bintang tamu, run down acara, penentuan hadiah, penentuan makanan, pemilihan mc untuk HUT AP II, setelah itu penulis diikutsertakan menjadi salah satu panitia dalam HUT AP II sebagai penjaga registrasi kantor BSH (kantor cabang dan Bandara Halim Perdana Kusuma Angkasa Pura I yang dikelola oleh Angkasa Pura II) untuk memberikan memberikan kupon snack, makanan serta kupon doorprice pada saat acara puncak yang dilakukan oleh perusahaan.

Secara keseluruhan HUT Angkasa Pura II telah berhasil atau sukses, dikarenakan acara sesuai dengan apa yang direncanakan, tepat waktu, dan tidak ada kendala yang dihadapi ketika acara tersebut.

Gambar 3.7 HUT Angkasa Pura II ke 32 Tahun



c. Pisah Sambut Komisaris PT Angkasa Pura II

Pisah Sambut Komisaris dilakukan pada tanggal 22 Juli 2016. Terlaksananya acara ini dilakukan untuk pergantian komisaris lama periode tahun 2015 dengan komisaris baru periode tahun 2016. Acara ini dibuat oleh divisi *Institutional Relations* yang di mana *Public Relations* ikut serta dalam membantu acara tersebut sebagai bentuk kerjasama unit *Corporate Secretary & Legal*. Tugas penulis dalam acara ini yaitu sebagai penyambut bagi para direksi yang hadir serta dilibatkan sebagai *usher* yang mengarahkan para tamu undangan ke tempat dimana para direksi menempati tempat duduk.

Pisah sambut komisaris yang dibuat oleh perusahaan sebagai bentuk penghormatan atas kinerja para komisaris yang ikut membangun serta mensejahterakan PT Angkasa Pura II selama periode tahun para komisaris menjabat.

Gambar 3.8 Pisah Sambut Komisaris 2016



d. Penyambutan Atlet Tantowi dan Liliyana Natsir Peraih Medali Emas Olimpiade RIO 2016

Dalam rangka penyambutan atlet Indonesia yang meraih medali emas dalam olimpiade RIO 2016 digelar di Terminal 3 Ultimate, penulis ikut berpartisipasi dalam penyambutan atlet dengan membantu divisi – divisi *public relations* dan *institutional relations* dalam hal berkomunikasi dengan beberapa media, serta membantu dalam hal konsumsi yang akan diberikan kepada media serta pengumpulan id card yang diberikan oleh perusahaan kepada media sebagai bentuk identitas untuk diperbolehkan meliput kedatangan Owi & Butet di Terminal 3 Bandara International Soekarno – Hatta.

Gambar 3.9 Penyambutan Atlet Olimpiade Rio 2016



Dari dua hal yang telah dilihat, konsep beserta prakteknya dalam Penyambutan Atlet Olimpiade RIO 2016 terlaksana dengan tertib dan baik. Antara pihak media massa, keamanan terminal, serta para petinggi yang hadir dalam penyambutan tersebut mampu dikendalikan dan mengikuti peraturan yang telah diberitahukan oleh PT Angkasa Pura II.

3.3.1.5 *PR Writing*

Salah satu kegiatan yang dilakukan penulis dalam *internal relations* yaitu penulis diberikan tugas oleh *co – mentor* untuk membuat artikel mengenai media sosial yang sedang berkembang pesat dalam globalisasi saat ini seperti Instagram, Path, Facebook, Twitter. Penulis diminta untuk mengembangkan tulisan dan wawasan dalam artikel yang dibuat. Artikel tersebut akan menjadi salah satu isi dari majalah internal yang dibuat oleh perusahaan khususnya dalam divisi *public relations*.

Romli (2015) *Company Magazine* adalah majalah internal sebuah lembaga atau perusahaan. Desain dan tampilannya seperti majalah umum atau komersial, namun isinya seputar perusahaan atau hal yang dikelola oleh perusahaan. Dalam hal ini penulis menganggap antara konsep dengan hal yang dilakukan dalam menuliskan artikel berbeda, dikarenakan seharusnya *co – mentor* memberikan tugas yang sesuai dengan perusahaan seperti membahas hal yang di kelola perusahaan, mengenai ruang lingkup perusahaan untuk mendapatkan hal apa yang dimengerti oleh mahasiswa *internship* mengenai PT Angkasa Pura II.

3.3.2 **Kendala yang Dihadapi**

Selama praktik kerja magang penulis mengalami kendala dalam memulai dan memahami pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan, salah satunya dalam mengerjakan media monitoring. Dikarnakan teori yang didapatkan selama perkuliahan khususnya dalam mata kuliah *Media Relations* untuk membahas media monitoring tidak dijelaskan secara

terperinci sehingga penulis membutuhkan waktu dalam mengerjakan tugas yang diberikan oleh perusahaan. Adapun faktor – faktor kendala yang penulis temukan selama melaksanakan praktik kerja magang pada divisi *Public Relations*, yaitu:

1. Pada minggu pertama melaksanakan praktik kerja magang, penulis tidak dapat menguasai dan memahami aktivitas *media monitoring* dari awal memulai membuka program monitoring hingga menginput serta menganalisis pemberitaan media massa mana saja yang boleh diambil atau tidak.
2. Membutuhkan waktu dalam menyelesaikan *media monitoring* , dengan pemberitaan yang ada cukup banyak dalam media online dan media cetak.
3. Membuat surat penolakan, tanda terima serta nota dinas, penulis mengalami kesulitan dalam menulis struktur pembuatan surat yang dilakukan oleh perusahaan. Kesalahan dalam penulisan dan isi dalam surat tersebut penulis memerlukan waktu untuk mempelajari hal tersebut hingga akhirnya dapat menguasai pekerjaan tersebut.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Dihadapi

Kendala – kendala yang penulis temukan selama melaksanakan praktik kerja magang dapat penulis atasi, dengan cara seperti:

1. Pada saat briefing seharusnya pembimbing menjelaskan tentang pekerjaan *media monitoring* yang akan dilakukan oleh penulis seperti apa, namun penulis dapat menghadapi kendala tersebut dengan bertanya kepada *co – mentor* dan mahasiswa *internship* yang lain untuk memahami pekerjaan tersebut.
2. Perusahaan dalam hal ini, seharusnya dapat menambah SDM dalam divisi *public relations*. khususnya dalam mengerjakan *media monitoring*, sehingga pekerjaan dapat selesai pada tepat waktu.

3. Dalam pengerjaan pembuatan surat penolakan, tanda terima dan nota dinas, seharusnya penulis diajarkan terlebih dahulu. Namun, mentor dan *co – mentor* memberikan arahan kepada penulis sehingga pekerjaan dapat terselesaikan dengan baik.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA