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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Adapun waktu pelaksanaan kerja magang, kurang lebih tiga bulan dimulai dari tanggal 2 Juli 2012 sampai 08 September 2012. Kerja magang dilaksanakan setiap hari Senin hingga Jumat.

Tabel 3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Hari	Pukul
Senin – Kamis	07.30 – 16.00
Jumat	07.30 – 17.00
Senin – Kamis (Bulan Ramadhan)	08.00 – 15.00
Jumat (Bulan Ramadhan)	08.00 – 16.00

3.2. Proses Pelaksanaan Kerja Magang

Konsep *public relations* pada lembaga *non profit* lebih mengarah pada bentuk informatif yang dibuat sebagai ajakan agar masyarakat lebih peduli dan menyakini kinerja dari pemerintah. Konsep *public relations* yang di fokuskan oleh Disparbud, ialah di bidang media monitioring, media relations,*website* content, produksi media public relations, dan event management.

3.2.1 Media Monitoring

Kegiatan yang sengaja dilakukan untuk melihat seberapa besar *presentase* dari kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Disparbud. Media monitoring yang diterapkan oleh Disparbud, meliputi kliping dengan memilah milah pemberitaan dan menyamakan dengan pemberitaan yang sama hanya saja dengan tabloid, koran, atau majalah yang berbeda. Tak hanya berbentuk kliping yang softcopy pun tak luput dari penyisihan tim media monitoring Disparbud, dari berbagai *website* atau blog yang masuk serta updating yang membahas ataupun memberitakan kegiatan yang telah dilakukan oleh Disparbud. Media monitoring

Implementasi peran public..., Eirene Ribka M Sinurat, FIKOM UMN, 2013

yang dilakukan oleh tim Disparbud masih dalam bentuk standart dan hanya sebagai bahan refrensi serta laporan pada Kepala Dinas kegiatan tersebut mendapat respon yang positif dari publik.

Media monitoring dilakukan sebulan sekali dan biasa dilakukan pada minggu terakhir, penulis telah membantu proses mengkliping sebanyak dua kali, topik-topik yang dijadikan bahan untuk kliping ialah topik yang berkaitan dengan kegiatan yang telah dilkakukan oleh Disparbud serta wawancara yang melibatkan Kepala Dinas, ataupun Kepala Bagian Disparbud. Jumlah surat kabar, majalah ataupun tabloid tidak di patokkan sedemikain rupa, hanya yang tersedia di meja penyimpanan saja.

Media monitoring merupakan kegiatan pengguntingan atau pemotongan bagian-bagian tertentu dari surat kabar, majalah, ataupun seumber lainnya yang kemudian disusun dalam sistem tertentu dalam suatu bidang (Ardianto 2002:98). Fungsi dari kegiatan media monitoring itu sendiri, ialah mengemas ulang bacaan yang telah diterbitkan baik berupa artikel, berita ataupun dalam bentuk dokumentasi, tujuannya agar semua pemberitaan yang ada dapat termonitor dengan baik dan jelas.

Bentuk kegiatan media monitoring pada pemerintahan dengan perusahaan tidak jauh berbeda, hanya saja waktu yang digunakan untuk kegiatan media monitoring oleh tim Disparbud ialah sebulan sekali sehingga tinggkat kegunaan dari kegiatan tersebut kurang efektif.

3.2.2 Media Relations

Bentuk kegiatan media relation yang dilakukan oleh Disparbud, meliputi banyak hal. Kegiatan tersebut memang sengaja dirangkum oleh Disparbud untuk lebih dekat dengan masyarakat dan agar publik dapat melihat bentuk kinerja dari Disparbud tak hanya itu kegiatan yang dilakukan pun sebagai bentuk transparansi yang ingin di tunjukkan oleh Disparbud. Bentuk media relations yang dilakukan pihak Disparbud, ialah dalam bentuk *exhibition,* seminar, wawancara, maupun

Implementasi peran public..., Eirene Ribka M Sinurat, FIKOM UMN, 2013

liputan kegiatan yang sedang dilakukan dan nantinya akan di publish di *website* sehingga publik dapat ikut mengkonsumsinya.

Kegiatan *exhibition* yang sering dilakukan oleh Disparbud ialah dengan ikut bergabung dalam sebuah acara dan tim Disparbud membuka booth serta memamerkan bentuk wisata-wisata bahari, kuliner, dll pada pameran tersebut, biasanya dalam event tersebut Disparbud mengajak beberapa tour and travel agar para turis mengetahui rincian jika ingin berlibur dan mengelilingi serta menikmati wisata Kota Batam. Seminggu penulis melakukan praktek magang, beberapa tim Disparbud melakukan perjalanan dinas tujan Surabaya dan Malaysia dalam rangka ikut serta pada acara *exhibition* pada skala besar nasional dan internasional. Saat diadakannya kegiatan *exhibition* penulis baru saja bergabung dan melakukan kerja magang selama seminggu, sehingga penulis hanya terlibat dan diberikan tugas untuk mencatat serta diberi kesempatan untuk merangkum kegiatan tersebut agar nantinya dapat diposting pada kolom *website* Disparbud.

Beberapa seminar yang direncanakan dan direalisasikan oleh Disparbud, beberapa pula yang sempat melibatkan penulis dalam pelaksanaannya. Salah satunya, seminar mengenai "Sertifikasi dan Lisensi Tour Guide Kota Batam" bentuk kepedulian Disparbud pada beberapa *tour and travel* serta pengusaha di bidang kepariwisataan. Dengan adanya seminar tersebut, masyarakat yang menggeluti bidang tersebut mengetahui rincian secara jelas untuk membuka usaha ataupun memperpanjang ijin akan usaha yang sedang mereka geluti. Saat acara tersebut, penulis ikut tergabung dalam awal perencanaan sampai dengan terlaksanannya acara tersebut. Mulai dari menyusun *rundown* acara, menyiapkan surat, *file*, dan dokumen yang diperlukan. Saat acara berlangsung, penulis bertugas pada meja pendaftaran ulang, nama-nama peserta seminar dan menyiapkan keperluan untuk *pers confrence* serta menyediakan tempat khusus bagi para wartawan yang ingin meliput seminar tersebut. *Pers confrence* dilakukan oleh Kepala Bagian Sarana dan Objek Wisata, Rudi Panjaitan. Acara berlangsung selama dua hari, dan dihari terakhir hanya dijadwalkan uji kelayakan untuk mendapatkan serifikasi dan lisensi, penulis tidak ikut terlibat pada hari yang kedua.

Implementasi peran public..., Eirene Ribka M Sinurat, FIKOM UMN, 2013

Media relations, membina sebuah hubungan baik dengan rekan media komunikasi untuk membantu dalam hal publisitas atau sebagai perespon dalam menanggapai kegiatan yang telah terlaksana pada sebuah perusahaan (Lesly,1991:7). Media relations merupakan bagian dari *public relations* yang mengembangkan pada sebuah hubungan khususnya pada rekan media.

Disparbud adalah salah satu Dinas Pemerintah Kota Batam yang cukup dikenal baik dalam kalangan rekan media. Event, kegiatan, ataupun kebijakan-kebijakan selalu Disparbus beritakan ataupun *share* pada rekan-rekan media, baik media lokal ataupun media pusat. Bentuk dari salah satu konsep *public relations* ini, terlihat berbeda antara yang dikerjakan oleh *public relations* pemerintah dengan lembaga komersial ataupun perusahaan. Jika pada sebuah perusahaan tujuan dari adanya media relations agar media mengetahui dan dapat memeberitakan pada publik produk apa saja yang baru dikeluarkan ataupun menciptakan sebuah *image* yang sesuai dari keinginan perusahaan tersebut tetapi berbeda yang terjadi pada *public relations* pemerintah, media relations dibentuk hanya sebagai jembatan agar publik mengetahui informasi terbaru serta kegiatan apa saja yang dilakukan oleh pemerintah khusunya Disparbud. Sekedar menciptakan bentuk informasi bukan sebagai pembentukan citra atau *image.* Tujuan dari media relations pada pemerintah pun hanya sekedar memberitakan suatu berita acara pada publik.

3.2.3 Website Content

Disparbud menyadari bahwa perkembangan semakin maju, secara global dunia sudah memasuki era dimana semua dapat dilakukan dengan media digital dan pemerintah harus mengikuti alur tersebut sebagai suatu perubahan. Dengan mengikuti era digital publik bisa lebih mengikuti dan mengetahui kegiatan apa saja yang memang telah di lakukan, tak hanya itu dengan mengikuti era tersebut transaparansi pun jelas akan lebih terlihat. Meski publik jauh lebih kritis dan lebih bebas menyalurkan aspirasinya. Disparbud mengelolah sebuah *website* dimana didalamnya diciptakan sebuah informasi yang cukup *updating*. Tidak hanya memberikan informasi, *website* Disparbud dikelola dengan *two way communications* dimana publik dapat menyalurkan serta mengkritik apapun yang

Implementasi peran public..., Eirene Ribka M Sinurat, FIKOM UMN, 2013

berhubungan dengan bidang wisata maupun kebudayaan. Konten yang terdapat pada *website* tersebut, tentunya berupa pemberitaan kegiatan yang telah di lakukan oleh pihak Disparbud, informasi-informasi terbaru mengenai wisata secara mendunia, tak hanya itu liputan yang dilakukan oleh tim disparbud mengenai wisata diposting pada *website* tersebut sehinga publik tak hanya diajak membaca dan diberikan pengetahuan baru tetapi pengunjung *website* dimanjakan dengan media visual dengan keanekaragaman dan keindahan alam. *Website* tersebut pun dilengkapi dengan pro*file* Disparbud serta beberapa *media partner* yang ikut bekerjasama dengan pihak Disparbud.

Penulis tidak banyak terlibat dalam kegiatan memposting, hanya beberapa kegiatan yanag melibatkan penulis untuk merangkum serta mempublish berita tersebut. Setelah kegiatan terlaksana dengan sukses barulah penulis diberikan tugas untuk memposting *event* tersebut.

Era web 2.0 telah memepengaruhi perkembangan secara global. Hal ini lah yang membuat setiap dapartemen, perusahaan mulai melirik dan menggunakan aplikasi tersebut yang biasa dikenal dengan istilah, *social media.* Salah satu bentuk dari *social media* ialah dalam penggunaan *website* yang dijadikan tepat aspirasi dan pemberian informasi.

Tidak dapat menutup mata dengan teknologi yang semakin hari semakin canggih dan tanpa disadari teknologi tersebut sangat mempengaruhi kehidupan kita masing-masing, hal tersebut disadari oleh Disparbud. Pengolaan *website* yang diciptakan secara khusus agar mempermudah publik dalam mencari informasi mengenai pariwisata dan kebudayaan Kota Batam. *Website* content yang dikelolah Disparbud hanya bertujuan untuk menciptakan *two way communication* antara Disparbud dengan publik. Selain itu memberikan fungs *informatif* dengan membagikan informasi-informasi mengenai pariwisata dan kebudayaan Kota Batam. *Public relations* pada perusahaan khususnya pada tim pengelola *website* bertugas bukan hanya sekedar memberikan informasi ataupun menciptakan komunikasi dua arah tetapi bagaimana menciptakan sesuatu kreasi yang berbeda yang membuat publik senang mengunjungi *website* tersebut dan *aware* terhadap produk yang ditampilkan dalam *website* tersebut. Maka dari itu, *website* content

Implementasi peran public..., Eirene Ribka M Sinurat, FIKOM UMN, 2013

pada sebuah lembaga ataupun perusahaan terlihat sangat aktif dan menarik tidak terkesan kaku. Konten yang diciptakan pun bukan hanya sekedar memberikan informasi takkala menyisipkan beberapa diskonm ataupun *games* agar presentase pengunjung *website* tersebut terus meningkat. Hal ini lah yang sangat terlihat jelas perbedaan dalam penggunaan *website* content pada *public relations* pemerintah dengan *public relations* sebuah perusahaan.

3.2.4 Produksi Media Public Relations

Bentuk produksi media *public relations* yang digunakan oleh Disparbud , antar lain membuat *booklet* tentang Profil Disparbud Kota Batam serta mengenai bentuk-bentuk daya tarik yang ada di Kota Batam. Kedua *booklet* tersebut akan dicetak dan diberikan pada Kepala Dinas Kota Batam. Kedua *booklet* tersebut dibimbing oleh bidang yang berbeda-beda. Profil Disparbud Kota Batam dibimbing oleh Titin Yuniarti selaku seksi evaluasi dan pelaporan. *Booklet* tersebut memang selalu dirancangkan setiap tahunnya sebagai bukti kinerja dan bentuk kegiatan apa saja yang telah disusun dan yang telah direalisasikan oleh tim disparbud. Penulis menyusun dari awal hingga akhir mulai dari sejarah, bentuk wisata, sampai strategi wisata yang dijalankan oleh Disparbud. Tak hanya konten, penulis pun menambahkan *cover* sebagai pelengkap dalam *booklet* tersebut. Saat mengerjakan *booklet* tersebut penulis dibantu oleh Raja Riza Amanda dan waktu dalam menyelesaikan *booklet* tersebut, ialah selama dua minggu.

Sedangkan *booklet* yang kedua, Daya Tarik yang ada di Kota Batam dibimbing oleh Rudi Panjaitan selaku Ketua Bidang Sarana dan Objek Wisata. Tugas penulis pada *booklet* ini hanya merevisi dan menyesuaikan apakah yang telah tercatat sudah benar atau tidak serta menambahkan beberapa fasilitas yang dapat memudahkan para wisatawan jika sedang berlibur di Kota Batam. Taka hanya itu biaya *transportasi*, hotel, sampai tempat hiburan, atau wisata lain pun di cantumkan dalam *booklet* tersebut. sama halnya dengan *booklet* sebelumnya, penulis dibantu oleh rekannya yaitu Raja Riza Amanda dan waktu penyelesaiiannya selama dua minggu pula.

Implementasi peran public..., Eirene Ribka M Sinurat, FIKOM UMN, 2013

Produksi media public relations mengarah pada bentuk penulisan yang sengaja dibuat untuk dikonsumsi oleh khlayak atau publik. (Kriantono, 2008: 65-67) mengutarakan penulisan yang merupakan perpaduan pikiran, perasaan, dan tangan. Pikiran yang artinya wawasan dan pengetahuan yang luas, bagaimana penggabungan dan bentuk wawasan yang menjdai tuntutan tersendiri dengan adanya wawasan yang luas maka akan terciptanya sebuah tulisan yang variatif dan tentunya kreatif. Perasaan mencakup rangsangan emosional pada otak yang diaplikasikan melalui etika penulisan yang menciptakanberita yang relevan dan panatas untuk dibaca oleh publik, sedangkan tangan maksudnya adalah teknik-teknik dasar menulis termasuk penguasan konsep komunikasi maupun *public relations* dan ejaan berbahasa yang baik. Dalam hal ini seorang *public relations* bertugas dan bertanggung jawab dalam memproduksi penulisan media *public relations* yang dikemas baik dalam bentuk media cetak ataupun *audivisual*.

Bentuk produksi media public relations yang diterapkan oleh Disparbud hanya berbentuk pada *booklet* berbeda kenyataanya dengan bentuk-bentuk dari produksi media public relations. Perbedaannya terlihat jelas antara produksi public relations pada kantor pemerintah dengan yang ada dalam sebuah perusahaan.

3.2.5 Event Management

Akhir kegiatan penulis diminggu terakhir pada kantor Disparbud, ialah menangani kunjungan kerja yang dilakukan oleh Pembda Sleman, Yogyakarta. Seminggu sebelum Pemda Sleman mendatangi kantor Disparbud, tim dari Sleman telah mengirimkan fax berupa data kuesioner. Beberapa pertanyaan yang harus dijawab oleh tim Disparbud, penulis ditugaskan untuk meminta beberapa jawaban pada kepala bidang yang bersangkutan. Setalah menjawab penulis mengetik serta menyebarkan jawaban tersebut. Ketika Pemda Sleman hadir, keseluruan pertanyaan, tempat dan jamuan telah disiapkan dan tugas penulis saat dilakukannya kunjungan kerja dari Pemda Sleman ialah mencatat seluruh pertanyaan maupun jawab yang diberikan serta mengontrol agar acara kunjungan tersebut berjalan dengan baik dan selesai tepat pada waktu.

Implementasi peran public..., Eirene Ribka M Sinurat, FIKOM UMN, 2013

Bentuk kegiatan dari konsep *public relations* yang selalu digunakan dan sebagai alat untuk memperkenalkan produk atau sebuah perusahaan. Dalam hal ini, kegiatan yang disusun,direncanakan dan dilaksanakan sesuai program yang telah dibicarakan dan disepakati. *Event management* salah satu kegiatan *public relations* yang dijadikan sebagai pedoman dalam kesuksesan produk atau perusahaan, melalui event tersebut dapat dilihat apakah produk tersebut disenangi,dibutuhkan,dicari oleh publik. Maka dari itu ketika ingin membuat suatu *event*, perlu mensurvei jenis *event* seperti apa yang perlu diadakan.

Menurut Any Noor (2009:7) definisi dari *event* adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.

Setiap *event* selalu mempunyai tujuan utama untuk apa diselenggarakan. Salah satu tujuan utama dari *event* ada pada target sasarannya atau target pengunjung yang diharapkan akan hadir dalam *event* yang diadakan. Menurut Any Noor didalam buku *Event Management* kunci utamanya adalah pengunjung mengetahui manfaat apa yang akan didapat melalui sebuah *event* (2009:179).

Beragam kegiatan ataupun *event* yang dilaksanakan oleh Disparbud, setiap bidang membuat jenis kegiatan yang berbeda-beda disesuaikan dengan bidangnya masing-masing. Dalam pembuatan *event*, tahap-tahap yang diperlukan ialah *research,planning,*pelaksanaan, dan terakhir adalah evaluasi. Sebelum menentukan kegiatan apa yang akan dilakukan perlu *research* publik sedang membutuhkan apa dan hiburan yang seperti apa yang dibutuhkan masyarakat agar menjadi daya tarik tersendiri setelah itu mulai menyusun program dan perencanaan serta pembentukan panitia, pelaksanaan, kegiatan yang baik ialah kegiatan yang mau dievaluasi. Evaluasi apakah kegiatan tersebut berhasil atau tidak, dilihat dari sudut pandang seperti apa, masa atau *audience* yang ikut terlibat, serta kekompakan tim dalam pelaksanaan kegiatan, seluruhnya perlu dievaluasi agar kedepannya *event* dapat berjalan jauh lebih baik.

Implementasi peran public..., Eirene Ribka M Sinurat, FIKOM UMN, 2013

Untuk kegiatan seminar yang dilakukan oleh tim Disparbud sudah terbilang cukup baik, mulai dari pembentukan tim yang terlibat, penyusunan acara, *rundown*, serta pelaksanaannya tetapi yang kurang diperhatikan tidak adanya tahap terakir yaitu tahap evaluasi. Disparbud menganggap tahap terakir ialah pelaksanaan acara tersebut tidak perlu adanya evaluasi. Minggu terakir penulis melakukan kerja magang, Disparbud kedatangan pengunjung dari Pemda Sleman. Pada kegiatan *visit* tersebut, berjalan dengan lancar. Mulai drai tahap *research* yang dilakukan dalam bentuk kuesioner serta perencanaan, siapa saja tim yang ikut terlibat saat Pemda Sleman tiba dikantor Disparbud. Semua terakum dengan rapi hanya saja acara *visit* tersebut selesei ketika Pemda Sleman meninggalkan kantor Disparbud, tim kembali pada mejanya masing-masing tidak dilakukan evaluasi saat kunjungan tersebut berlangsung. Hal inilah yang sangat terlihat jelas perbedaaan antara *public relations* pada pemerintahan dengan lembaga komersial atau sebuah perusahaan. Tahap akir yang sering dilupakan dan dianggap sebelah mata padahal tahap inilah yang menentukan apakah kegiatan tersebut dapat dikatakan berhasil atau tidak.

Rincian aktivitas mingguan yang penulis lakukan dan kerjakana selama tiga bulan di Kantor Disparbud Kota Batam.

Tabel 3.2 Aktivitas mingguan

Minggu Ke -	**Jenis Kegiatan**	**Keterangan**
01	• Perkenalan dengan seluruh rekan-rekan yang ada di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batam • Di hari pertama sudah diajak dan diperkenalkan dengan *website* Disparbud dan telah memposting satu berita bersama Kabid Sarana dan Objek Wisata	Minggu pertama banyak belajar dan di bantu oleh Rudi Panjaitan selaku Kabid SOW, Disparbud Kota Batam . Serta Anggun dalam hal surat menyurat

Implementasi peran public..., Eirene Ribka M Sinurat, FIKOM UMN, 2013

	• Ikut ambil bagian dan meeting bersama rekan-rekan di bidang Sarana dan Objek Wisata dalam penyusunan strategi Bulan Ramadhan dan menjadi notulis dalam meeting tersebut • Bergabung dalam tim Disparbud dan mensukseskan event penanaman 15.000 bibit pohon trembesi	
02	• Membantu menyusun rundown acara pada kegiatan yang dilaksanakan oleh bidang Sarana dan Objek Wisata " Sertifikasi dan Lisensi Tour Guide Pada Usaha Pariwisata" • Serta membantu menyiapkan bahan presentasi untuk rapat pairpurna mengenai tutup buka THM (Tempat Hiburan Malam) pada Bulan Ramadhan mendatang	
03	• Media monitoring untuk kegiatan yang dilakukan Disparbud pada bulan Juni dan di bulan July	
04	• selama seminggu mengumpulkan data dan membuat *booklet* tentang	Dibimbing oleh Titin Yuniarti

Implementasi peran public..., Eirene Ribka M Sinurat, FIKOM UMN, 2013

	profil Disparbud Kota Batam dibantu oleh partner saya, Raja Riza Amanda	
05	• mendesign cover, mengumpulkan *booklet* tersebut dan merevisi beberapa kesalahan yang ada dalam proposal tersebut	
06	• mempersipakan beberapa dokumen dan bahan presntasi menjelang *press conference* Tempat Hiburan Malam	
07	• Press conference mengenai Tempat Hiburan Malam menjelang Hari Raya Idul Fitri	Kabid Sarana dan Objek Wisata, Rudi Panjaitan
08	• Revisi pada draft *booklet* "Daya Tarik yang ada di Kota Batam" tujuannya agar memposting apa saja wisata yang bisa di tampilkan dalam buku tersebut sehingga dapat menarik lebih banyak lagi wisatawan baik mancanegara maupun domestik	
09	• merevisi *booklet* "Daya Tarik Wisata Kota Batam" • persiapan Halal bil Halal Pemko dengan Masyarakat Kota Batam	

Implementasi peran public..., Eirene Ribka M Sinurat, FIKOM UMN, 2013

10	• Kegiatan *event management*, dengan menerima kunjungan dari Pemda Sleman, Yogyakarta dalam rangka kunjungan kerja di Pemko Batam.	

3.4. Kendala selama melakukan kerja magang

Pada praktek kerja magang yang dilakukan oleh penulis, beberapa hal yang menjadi kendala yang sebenarnya tak penulis bayangkan akan menjadi kendala sehingga mengganggu proses kerja magang yang dilakukan. Kendala yang ditemukan penulis, ialah

- Hanya beberapa kegiatan yang mengarah pada konsep *public relations*, seperti adanya media relations, media monitoring, web 2.0, press conferencee, press release, dll.
- Secara praktek dan teori memang sangat jauh berbeda, sering kali konsep yang ada tak seimbang dan tak sejalan dengan kasus yang terjadi. *Jobdesk* yang tak sesuai dengan keahlian serta sasaran utama karena penulis sebagai mahasiswa *public relations* tak jarang melakukan pekerjaan yang tak berhubungan dengan *jobdesk* yang penulis lampirkan tetapi dalam keadaan apapun penulis tetap semangat dalam mengerjakannya.
- Kendala lain ialah mengenai *website*, sejak awal penulis berada di kantor pembimbing sudah menempatkan penulis untuk membantu dan memperbarui sistem serta berita yang ada di *website* Disparbud tetapi sering kali tak dapat memposting dan sering kurang adanya waktu dalam memeriksa pekerjaan dan tulisan, sehingga ada beberapa berita yang telah penulis siapkan tak sempat di posting oleh tim web Disparbud.
- Penerapan konsep *public relations* terlihat sangat berbeda dengan apa yang telah penulis pelajari saat berada ditempat perkuliahan.
-

Implementasi peran public..., Eirene Ribka M Sinurat, FIKOM UMN, 2013

3.4. Solusi dalam mengatasi Kendala selama melakukan kerja magang

Setiap mengalami kendala dalam suatu pekerjaan maka akan memiliki solusi yang membawa pencerahan dan pembaharuan serta akan memberi ekstra semangat. Tak jarang kendala itu datang karena diri kita sendiri sehingga hanya diri kita sendirilah yang dapat mengatasi kendala-kendala tersebut. Beberapa cara dalam menghadapi kendala selama kerja penulis melakukan kerja magang, ialah

- Beradaptasi dengan baik agar lebih memahami secara mendalam kondisi dan keadaan lingkungan tempat penulis melakukan kerja magang. Sesuai dengan teori yang pernah dipelajari oleh penulis bahwa di setiap tempat pekerjaan rmemiliki lingkungan dan iklim yang berbeda dalam mengelola organisasi tergantung bagaimana seorang pemimpin mengarahkan para karyawan dan memupuk semangat dalam mencapai tujuan yang diinginkan.
- Mempelajari dan bertanya ketika tidak memahami beberapa hal. penulis adalah orang yang senang bertanya ketika ada suatu yang kurang dipahami oleh penulis, karena ketika tidak mengerti dan tidak mau bertanya maka tidak akan ada pekerjaan yang dapat dikerjakan dengan benar dam diselesaikan tepat waktu. Pemahaman memang sangat diperlukan sehingga ketika penulis diberikan suatu pekerjaan oleh siapapun yang ada di Disparbud dapat dikerjakan dengan tepat.
- Membuat list, setiap pekerjaan yang diberikan dan yang telah penulis selesaikan selalu tercatat di list yang telah dibuat secara pribadi, hal ini dilakukan untuk membantu penulis agar tetap terpacu menyelesaikan pekerjaan yang telah diberikan maupun dapat menjadi *note* pengingat jika ada pekerjaan yang belum terselesaikan. Ketika masih ada tanda merah yang menyatakan bahwa pekerjaan tersebut belum selesai secara baik dan sempurna sesuai harapan pembimbing lapangan dan yang memeberikan pekerjaan tersebu, maka penulis dapat langsung mengerjakan pekerjaan tersebut sampai selesai.

Implementasi peran public..., Eirene Ribka M Sinurat, FIKOM UMN, 2013

Solusi-solusi tersebut berasal dari diri penulis sendiri karena merasa saat kendala datang yang dapat menyelesaikan ialah diri sendiri maka solusi tersebut pun harus dikelola oleh penulis sendiri sehingga memancing penulis untuk mengatasi dan meminimalis seluruh kendala yang ada.

UMN

Implementasi peran public..., Eirene Ribka M Sinurat, FIKOM UMN, 2013