



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 Pembahasan

3.1.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kedudukan penulis selama praktik kerja magang di PT Guo Hua Listrik adalah sebagai *Intern Public Relations*, Disini Penulis dibimbing dan berkoordinasi langsung dengan Mr. Zhao Zhe dan Mrs. Wei Jing Yi selaku *Manager* dan *head of Internal Public Relations*. Mereka adalah PIC (*Person In Charge*) yang bertanggung jawab memberikan tugas dan memeriksa hasil pekerjaan Penulis selama melakukan praktik kerja magang di PT Guo Hua Listrik. Tidak hanya memberikan dan memeriksa tugas, namun Penulis juga dibimbing dalam memproses pengerjaan tugas yang telah diberikan, sehingga pekerjaan dapat berjalan dengan baik dan dapat di kumpulkan serta dipertanggung jawabkan kepada Mr. Zhao Zhe dan Mr. Yuan selaku manager dan asisten manager di divisi Public Relations.



Gambar 1.9 Bagan Struktur Lingkup Divisi Terkait

Disini penulis masuk di dalam divisi internal relations yang berada di bawah Departemen International Cooperation di kantor perwakilan Indonesia, maka penulis disini bertugas untuk mengatur arus komunikasi internal di ketiga Unit Bisnis perusahaan yang ada di Indonesia, khususnya PT GH EMM Indonesia.

Selama melakukan kerja praktik, penulis disini lebih banyak bekerja dalam proses mengatur, mempersiapkan, serta memastikan agar arus dan pesan komunikasi internal yang seringkali disampaikan lewat berbagai acara perusahaan dapat terkoordinir, berjalan dan diterima dengan baik oleh seluruh pemangku kepentingan dari berbagai lapisan jabatan, dari Direktur hingga Supir perusahaan, namun sesekali penulis juga terlibat langsung dalam acara perusahaan.

3.1.2 Tugas yang Dilakukan

Peranan penulis sebagai mahasiswa Public Relations di dalam praktik kerja magang di Perusahaan ini, ialah melakukan beberapa kegiatan:

- *Internal News Research*
- *Media Internal production*
- *Corporate Event Internal*
- *Internal Relations*

Berikut adalah tabel realisasi kerja magang penulis selama 14 minggu di PT Guo Hua Listrik.

Tabel 1.2 Tabel realisasi kerja magang mahasiswa

Jenis Kegiatan	Uraian Pekerjaan
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Internal News Research</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan monitoring mengenai pemberitaan korupsi Indonesia, aktivitas PLN, keadaan ekonomi, politik, kebijakan, hukum, budaya, dan sosial di Indonesia, dan proyek pembangkit JAWA-7, Simpang Belimbing, dan SUMSEL-1. • Melakukan Dokumentasi dan Kliping

Jenis Kegiatan	Uraian Pekerjaan
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Media Internal Production</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat dan mencetak media publikasi perusahaan, khususnya poster sebagai medium komunikasi identitas perusahaan. • Membuat dan mencetak <i>handbook</i> acara <i>Leaders Annual Conference 2017</i>. • Menangani proyek JAWA-7, sebagai salah satu unit bisnis PT Guo Hua Listrik, salah satunya dengan membuat dan mencetak Company Profile untuk JAWA-7.

Jenis Kegiatan	Uraian Pekerjaan
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Corporate Event Internal</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Merencanakan acara <i>Mooncake Festival</i> yang jatuh pada tanggal 22 September 2017, serta mempublikasikan acara tersebut sehingga diikuti para public internal perusahaan. • Membuat dan mencetak <i>Handbook Acara Ground Breaking Ceremony of PLTU JAWA-7</i> • Mempersiapkan konsep acara serta menentukan rundown untuk acara <i>Ground Breaking Ceremony of PLTU JAWA-7</i>. • Melakukan <i>briefing</i> dan evaluasi acara <i>Ground Breaking Ceremony of PLTU JAWA-7</i>

	<ul style="list-style-type: none"> • Dokumentasi acara <i>Ground Breaking Ceremony of PLTU JAWA-7</i> • Menyiapkan dan mengikuti <i>Monthly Report Discussion</i>, dengan agenda melakukan Evaluasi acara yang sebelumnya sudah dilakukan
--	---

Jenis Kegiatan	Uraian Pekerjaan
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Internal Relations</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyiapkan dan mengikuti <i>Monthly Report Discussion</i>, dengan beberapa agenda antara lain Evaluasi konsep acara yang sebelumnya sudah ditetapkan, lalu merancang dan mengkoordinasi kegiatan internal perusahaan yang akan dilakukan sebulan kedepan. Mempersiapkan serta mengundang para stakeholder internal perusahaan untuk bergabung dalam dinner internal perusahaan yang membahas event yang akan dilakukan perusahaan. • Mengikuti dan merencanakan kegiatan <i>Teleconference</i> antara pihak perusahaan China Shenhua Indonesia dan China Shenhua China • Membuat Report hasil dari kegiatan <i>Teleconference</i>. • Berkoordinasi dengan pihak-pihak yang terlibat untuk memastikan persiapan tempat acara, khususnya dengan para manager <i>venue-venue</i> tempat acara

	<p>terlaksanakan, salah satunya hotel Mulia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berkoordinasi dengan pihak-pihak yang terlibat untuk memastikan persiapan tempat acara, khususnya dengan para manager <i>venue-venue</i> tempat acara terlaksanakan, salah satunya hotel Mulia.
--	--

3.1.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Sebagai Internal Public Relations Intern, penulis melakukan berbagai aktivitas yang bertujuan mengatur dan menjaga hubungan komunikasi internal perusahaan, sebagai berikut.

3.1.3.1 Internal News Research

Penulis disini ditugaskan untuk melakukan monitoring mengenai pemberitaan korupsi Indonesia, pemberitaan keadaan ekonomi, politik, kebijakan, hukum, budaya, sosial di Indonesia, aktivitas terkini PLN, dan juga segala aktivitas yang berkaitan dengan proyek perusahaan. Penulis melakukan monitoring menggunakan media online dan cetak yang terpercaya. Melakukan media monitoring di media online menawarkan banyak keuntungan dibandingkan dengan melakukan media monitoring di media cetak dengan layanan kliping cetak berbasis cetak lama atau di rumah oleh staf. Sekarang ini sumber berita lebih banyak tersedia secara online daripada versi cetak. Dengan memonitor publikasi cetak di Internet (World Wide Web), secara online kita dapat melakukan media monitoring di sumber media berita online yang ada di semua negara, dalam hampir semua Bahasa (Comcowich, 2010, h. 5-6).

Media online terpercaya yang biasa digunakan penulis dalam melakukan media monitoring adalah, seperti *kompas.com*, *beritagar*, *Tribunnews*, *detik.com*, dan *antaranews*. Dan juga media cetak yang digunakan adalah seperti harian *kompas*, *The Jakarta Post*, dan *Suara Pembaharuan*. Dokumentasi dan kliping

merupakan salah satu kegiatan Public Relations yang berkaitan dengan menelaah, menganalisis dan kemudian mengevaluasi perkembangan dari kemajuan bisnis perusahaan atau lembaga, aktivitas-aktivitas dan program acara tertentu-baik bersifat komersial maupun non komersial yang telah dimuat atau dipublikasikan di berbagai media massa dan non massa. Pengamatan, analisis dan evaluasi tersebut kemudian disimpan sekaligus dijadikan rujukan penting/informasi yang diperlukan untuk membuat rencana program kerja PR berikutnya (Ruslan, 2016, h. 227:228). Maka setelah melakukan media monitoring selanjutnya penulis melakukan kegiatan dokumentasi dan kliping. Setelah itu penulis mencetak serta menyimpannya ke dalam *filing cabinet* yang telah disediakan.

Media monitoring adalah proses membaca, menonton atau mendengarkan isi media secara terus menerus, dan kemudian mengidentifikasi, menyimpan dan menganalisis konten/isi media yang berisi tentang kata kunci atau topik terkait. (Comcowich, 2010, h. 3). Secara sederhana media monitoring adalah pengawasan atau pemantauan media. Monitoring dilakukan secara terus menerus dengan cara merekam/mencatat temuan secara terstruktur. Motif sebuah kegiatan monitoring didasari oleh keinginan untuk mencari hal-hal yang berkaitan dengan peristiwa atau kejadian, apakah menyangkut subjek, alasan kejadian, sumberdaya apa saja yang berkaitan, kebijakan hingga kemungkinan dampak yang timbul, lalu akhirnya, data yang didapatkan dirangkum menjadi satu dalam bentuk catatan tertulis tentang apa yang dimonitor, kapan sesuatu yang dimonitor itu terjadi (dilihat, atau disaksikan, atau dikumpulkan bukti-buktinya, atau ditemukan faktanya) dan bagaimanakah deskripsi kejadiannya (kronologi dan atau sebab-musababnya), serta siapa saja yang terlibat atau diduga terlibat. Sekurangnya hasil pemantauan terdiri atas catatan-catatan yang diverifikasi sesuai kaidah 5W+1H (Tantri, 2013).

Media Monitoring tidak hanya dilakukan untuk memantau isu ataupun kabar terkait perusahaan, hanya pada saat krisis saja namun kadang kala PR juga melakukan Media Monitoring dalam rangka mengukur efektivitas program komunikasi PR, hasil monitoring ini pada umumnya dibuat seperti kliping ataupun arsip.

Cara-cara yang dilakukan untuk melakukan media monitoring dibagi menjadi dua:

- ***Executive Summary (Exsum)***

Executive Summary (Exsum) merupakan salah satu cara melakukan media monitoring yang dilakukan dengan membuat ringkasan berita dari berbagai media cetak yang disusun sedemikian rupa menjadi suatu media intern, dimana *info summary* dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan publikasi. Mekanisme dalam melakukan *Exsum*. Pertama-tama adalah melakukan pemetaan Berita diberbagai sumber media *online* ataupun *offline*. Selanjutnya adalah melakukan klipping, pencatatan ringkasan disertai tanggal, halaman dari sumber media kedalam *entry* ke *database* perusahaan.

- ***Media Content Analysis (MCA)***

Media Content Analysis (MCA) merupakan salah satu cara melakukan media monitoring perusahaan dengan cara mengamati bagaimana media massa sebagai representasi khalayak menyajikan informasi menurut perspektif yang dianutnya. Kegiatan ini sangat bermanfaat bagi perusahaan atau organisasi, khususnya pihak-pihak yang menerima liputan media yang luas. MCA menyajikan dua fungsi penting, yaitu: evaluasi untuk mengukur efektivitas komunikasi organisasi (PR) kepada dan melalui media; serta wawasan strategis melalui rekam-jejak isu, analisis pesaing dan identifikasi tren. (Hidayat, 2017)

MCA digunakan untuk memperoleh kesimpulan atau keterangan tentang pesan-pesan komunikasi yang disampaikan media massa dalam bentuk lambang. Bentuk MCA yang paling mendasar adalah pemeringkatan positif-netral-negatif.

PT Guo Hua Listrik merupakan perusahaan tambang batubara pembangkit listrik dari China yang baru memperluas wilayah bisnisnya di Indonesia. Maka dari itu, pastinya perusahaan sangat membutuhkan banyak informasi mengenai Indonesia, mulai dari sejarah, budaya, sosial, ekonomi, politik, hukum, serta berita-berita terkini terkait soal pertambangan/pembangkit listrik di Indonesia.

Maka pengawasan atau pemantauan media mengenai segala hal yang berkaitan dengan perusahaan sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan teori yang ada, PT Guo Hua Listrik menggunakan teknik media monitoring *Executive Summary (Exsum)* karena perusahaan hanya melakukan media monitoring hingga sampai proses kliping.

3.1.3.2 Internal Relations

Dalam kegiatan magang ini, perusahaan tempat penulis melakukan praktik kerja magang menerapkan kegiatan komunikasi internal, yaitu komunikasi ke atas dan ke bawah dengan tatap muka, lewat *Monthly Report Discussion* Pada minggu pertama dalam Satu bulan, penulis beserta seluruh rekan kerja dari manager sampai *Intern*, konsisten melakukan *Monthly Report Discussion/Diskusi* pertanggung jawaban tentang apa yang dilakukan selama satu bulan, guna mengevaluasi kinerja masing-masing individu. Disini Penulis membantu mencatat dan merangkum poin-poin penting sebagai kesimpulan dalam diskusi informal ini.

Di jaman teknologi canggih sekarang ini, perusahaan melakukan Komunikasi online dengan memanfaatkan media sosial untuk mempermudah melakukan komunikasi internal. Penulis membuat grup chat satu departemen dan divisi, di media sosial *We Chat*. Di grup ini Penulis bertugas untuk membantu menyampaikan informasi, report/pesan mulai dari hasil diskusi/meeting/evaluasi, mengirimkan laporan pekerjaan, memberikan ucapan selamat ulang tahun kepada rekan kerja yang berulang tahun.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.0 Ruang *teleconference*

Karena perusahaan merupakan perusahaan multinasional dari China, maka, perusahaan sering melakukan komunikasi visual, berupa *teleconference*. Perusahaan melakukan meeting jarak jauh dengan para pemangku kepentingan perusahaan di China, melalui *teleconference* ini. Disini penulis bertugas untuk membantu menkomunikasikan waktu dan tema *teleconference* kepada para peserta sebelum dan saat acara.

Perusahaan maengetahui pentingnya *internal branding* untuk membangun semangat dan membuat karyawan merasa terlibat dengan pekerjaannya, sehingga perusahaan beberapa kali menyelenggarakan program pelatihan dan motivasi kerja lewat program acara khusus (*special events*) mulai dari dinner perusahaan, acara *New House Gathering*, *Mooncake Festival*. Dalam special event yang diselenggarakan penulis bertugas untuk mempersiapkan serta mengkomunikasikan kegiatan di grup wechat perusahaan. Dinner perusahaan dilakukan rutin setiap akhir bulan, disini penulis bertugas merencanakan dan mengkomunikasikan restoran mana yang akan dikunjungi setiap bulannya. Sedangkan kalau pelatihan Bahasa dilakukan setiap hari Rabu sore setelah pulang kerja penulis disini juga bertugas untuk mengkomunikasikan adanya kelas Bahasa yang dapat diikuti para karyawannya. Kegiatan dan program-program tersebut

dimaksudkan untuk menumbuhkan rasa keakraban bersama di antara sesama karyawan dan pimpinan. Maka, *company grapevine* antara atasan dan bawahan dan sebaliknya sering terjadi di sepanjang kegiatan/program yang berlangsung.

PT Guohua Listrik dalam mengatur arus komunikasi internalnya menggunakan beberapa media komunikasi internal, seperti adanya poster, majalah internal perusahaan, *newsletter internal* yang berisikan pesan informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan proyek perusahaan yang sedang berlangsung. Disini penulis bertugas untuk membantu proses pembuatan dan produksi media internal perusahaan tersebut juga memublikasikannya kepada para karyawan lewat group wechat perusahaan.

Dari deskripsi kegiatan internal diatas, Maka, ditemukan temuan bahwa perusahaan Guo Hua Listrik memang peduli dan serius dalam menjaga hubungan dan loyalitas internal perusahaannya, terlihat dari cocoknya implementasi berbagai kegiatan internal perusahaan jika dikaitkan dengan teori yang ada.

Maka dari kegiatan yang penulis lakukan di atas, terbukti bahwa kegiatan yang dilakukan memang sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa Internal Relations merupakan suatu kegiatan komunikasi efektif dalam suatu organisasi perusahaan. Publik internal atau karyawan merupakan publik yang paling penting karena merekalah wajah perusahaan. Maka, Komunikasi internal yang efektif sangat dibutuhkan. (Broom dan Sha, 2013, h. 212) Seorang Internal Public Relations menjadi komunikator dan mediator antara perusahaan dan karyawan. Maka dari itu, seorang PR internal harus memiliki kemampuan komunikasi internal yang baik dengan seluruh lapisan jabatan di perusahaan.

Program pelaksanaan komunikasi internal yang efektif adalah (Argenti, 2009, h. 188-198):

1. Komunikasi ke atas dan ke bawah

Pendekatan terbaik untuk berkomunikasi dengan karyawan adalah melalui diskusi informal antara karyawan dengan manajemen senior.

2. Membuat pertemuan tatap muka

Karyawan harus memiliki akses kepada manajemen senior, misalnya dengan membuat pertemuan rutin dalam skala besar. Agar terciptanya komunikasi yang baik sehingga pesan tersampaikan dengan baik.

3. Komunikasi online

Perusahaan harus memastikan pesan dan informasi mudah didapatkan oleh karyawan.

4. Membuat publikasi berorientasi karyawan

Publikasi yang dimaksud adalah media internal.

5. Berkomunikasi secara visual

Perusahaan dapat membangun komunikasi dengan karyawan secara visual melalui *webcast* atau sekedar papan tulis yang menggambarkan perusahaan.

6. Fokus pada *internal branding*

Internal branding penting untuk membangun semangat dan membuat karyawan merasa terlibat dengan pekerjaannya, sehingga memberikan hasil yang lebih baik untuk perusahaan.

7. Mempertimbangkan *company grapevine*

Company grapevine merupakan jaringan komunikasi informal berupa anekdot yang dapat terjadi dimanapun. *Company grapevine* dapat memberikan perubahan besar bagi perusahaan.

Untuk itu ada berbagai macam aktivitas dan program yang dapat dilakukan perusahaan agar dapat menjaga hubungan internal karyawannya, antara lain sebagai berikut (Ruslan, 2004, h. 278):

a. Program pendidikan dan pelatihan

Program pendidikan dan pelatihan dilaksanakan oleh perusahaan, dalam upaya meningkatkan kinerja dan keterampilan karyawan, dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan dan lain sebagainya.

b. Program Motivasi kerja berprestasi

Diharapkan dalam program ini perusahaan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi kerja serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan atau keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas yang tinggi.

c. Program penghargaan

Program penghargaan yang dimaksudkan disini adalah upaya pihak perusahaan (pimpinan) memberikan suatu penghargaan kepada para karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama dalam masa pengabdian

pekerjaan. Dalam hal ini, penghargaan yang diberikan itu akan menimbulkan loyalitas dan rasa memiliki yang tinggi terhadap perusahaan.

d. Program acara khusus (*special events*)

Program khusus yang sengaja dirancang diluar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dalam rangka event ulang tahun perusahaan, diadakannya kegiatan keagamaan, olahraga, lomba dan hingga berpiknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan semua para karyawannya.

e. Program Media Komunikasi Internal

Membentuk media komunikasi internal melalui bulletin, *newsrelease* (majalah dinding), dan majalah perusahaan/PR yang berisikan pesan informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antarkaryawan atau perusahaan dan pimpinan.

3.1.3.3 Media Internal Production

Di Perusahaan Guo Hua Listrik penulis membantu dalam pembuatan *Company profile* dan *Handbook Leaders Annual Conference*, pemasangan kop surat, membantu desain pembuatan slide presentasi sebagai medium komunikasi perusahaan, melakukan *broadcasting* pesan perusahaan kepada seluruh staff melalui email dan media sosial *wechat*, mempublikasikan hasil desain poster perusahaan yang didalamnya menggunakan logo, font/model huruf, serta kata-kata yang disesuaikan dengan identitas perusahaan, sehingga menampilkan citra perusahaan yang positif bagi perusahaan.

Penulis juga melakukan pembuatan *Company Profile* dan *Handbook Leaders Annual Conference* yang melibatkan beberapa pihak seperti CEO, manager, finance, dan juga public relations. Untuk kedua media PR ini, penulis membantu pembuatan mulai dari proses perencanaan, pengumpulan materi berupa dokumentasi, data-data perusahaan, melakukan desain layout, hingga pencetakan dan pendistribusian buku.

Company Profile yang merupakan salah satu media perusahaan yang mempresentasikan sebuah perusahaan/organisasi. *Company profile* lebih banyak menampilkan aspek historis perusahaan, susunan organisasi, jenis produk

perusahaan, unit bisnis, dan nilai-nilai filosofis perusahaan yang menjadi acuannya dan dikemas dalam bentuk suatu format majalah yang mewah dan menarik.

Bentuk company profile perusahaan-perusahaan dibagi menjadi:

- **Company profile cetak**

Company profile cetak merupakan jenis yang paling umum dipakai dan merupakan media yang paling mudah dan praktis untuk digunakan sebagai alat presentasi kepada klien kapanpun dan dimanapun. Company profile jenis ini mengutamakan tulisan, gambar serta desain yang menarik.

- **Company profile video**

Merupakan bentuk company profile yang bersifat multimedia karena merupakan kombinasi gambar bergerak, foto, teks, grafik hingga suara latar yang disajikan secara menarik. Pada umumnya video company profile ini berdurasi singkat, oleh karena itu harus dipikirkan matang-matang konsep serta konten apa yang akan dimasukkan jika Anda ingin membuat company profile berbentuk ini.

- **Company profile website**

Salah satu kelebihan company profile berbentuk website adalah dari segi jangkauan, karena nantinya website Anda akan dapat dilihat oleh semua orang diseluruh dunia dan 24 jam sehari. Ini juga merupakan jenis company profile yang bersifat multimedia.

- **Company profile interaktif**

Company profile jenis ini menitikberatkan pada interaktifitas, sehingga penikmat company profile lebih terlibat untuk memilih informasi mana yang mereka butuhkan, dan berapa lama mereka menikmatinya melalui menu-menu yang disediakan (Ruslan, 2016, h 228-230).

Perusahaan tempat penulis melakukan praktik kerja magang menggunakan semua bentuk company profile yang disebutkan di atas selain

Company Profile Interaktif. Namun dalam kegiatan kerja magang penulis membantu membuat company profile perusahaan dalam bentuk cetak saja. Penulis menyusun bagian-bagian company profile, dan juga merangkai kata-kata didalamnya sedemikian rupa agar pesan komunikasi perusahaan dapat tersampaikan lewat Company Profile.

Sedangkan untuk pembuatan *Handbook Leaders Annual Conference*, karena handbook ini adalah sebuah buku panduan yang diproduksi dan dibagikan kepada internal perusahaan yang mengikuti acara *Leaders Annual Conference 2017*, maka isinya lebih banyak mengenai materi yang akan di laporkan dan di diskusikan selama acara. Disini penulis membantu memasukan data-data penting perusahaan, menyusun susunan buku mulai dari rundown hingga materi acara *Leaders Annual Conference 2017*. Penulis juga membantu melakukan publikasi Company Profile dan Handbook Leaders Annual Conference.

Dari kegiatan produksi media internal perusahaan diatas, dapat terlihat perusahaan telah memproduksi banyak media internal PR walaupun tidak semua media publikasi digunakan. Selain publikasi offline, perusahaan juga melakukan publikasi di beberapa platform online perusahaan seperti website internal dan juga aplikasi online seperti Wechat.

Dari berbagai produksi media internal PR diatas, dapat diketahui kegiatan internal PR ini memang sesuai dengan teori yang ada, bahwa media internal perusahaan biasa memang dipergunakan sebagai saluran atau sarana komunikasi yang sering dipergunakan oleh praktisi Public Relations untuk menyampaikan pesan kepada publiknya, dan sekaligus mampu untuk meningkatkan citra melalui berbagai jenis media publikasi. Berikut adalah jenis media publikasi internal perusahaan (Ruslan, 2016, h. 217:219):

a. House Journal

Media internal In House Journal dipergunakan oleh PR/Humas untuk keperluan publikasi atau sebagai sarana komunikasi yang ditujukan pada kalangan terbatas; seperti karyawan atau relasi bisnis. Biasanya berbentuk: News Letter, Magazine, Tabloid, Bulletin, Company Profile, Annual Report, Prospektus, dan lain sebagainya.

b. Printed Material

Barang cetakan untuk tujuan publikasi PR dalam upaya penyampaian pesan-pesannya yang berbentuk, seperti: Brochure, Leaflet, Booklet, Kop Surat, Kartu nama, Kartu ucapan selamat, Kalender, dan lain sebagainya.

c. Media Pertemuan (Event)

Media pertemuan secara langsung dengan para audiencenya melalui tatap muka langsung (face to face), misalnya presentasi, diskusi panel, seminar, pameran, dan lain sebagainya.

d. Broadcasting Media dan Internet

Publikasi PR yang disiarkan melalui TV/radio serta internet (e-mail) yang dimanfaatkan sebagai media publikasi dan komunikasi PR.

e. Media Sarana PR

Media PR yang berkaitan dengan penampilan identitas perusahaan yang merupakan symbol atau nama perusahaan, logo, warna standar perusahaan dan kemasan produk, penampilan dan citra lobby kantor, pakaian seragam, dan hingga model huruf atau logo perusahaan yang sekaligus

merupakan citra penampilan perusahaan yang khas sebagai pembeda dengan kompetitor lainnya.

f. Media Personal

Media personal merupakan media PR yang berkaitan dengan kemampuan untuk mengadakan pertemuan secara langsung dengan maksud mengadakan pendekatan personal atau melobi dan kemudian meningkat untuk bernegosiasi sehingga kedua pihak yang terlibat dalam perundingan akan mencapai kata sepakat.

3.1.3.4 Event Management

Dalam kegiatan praktik kerja magang ini, perusahaan tempat penulis melakukan praktik kerja magang melakukan beberapa event internal, seperti *Leaders Annual Conference 2017*, *New House Gathering*, *Mooncake Festival* dan acara *Ground Breaking Ceremony of PLTU JAWA-7* di Cilegon.

A. *New House Gathering*



Gambar 2.1 Suasana New House Gathering

Event ini termasuk kedalam momentum event, karena merupakan suatu acara yang diselenggarakan khusus di momen tertentu. *New House Event Gathering* adalah Event yang diselenggarakan untuk merayakan rumah baru/hari pertama tinggalnya/pindahannya seseorang di suatu rumah yang baru dibeli, disini perusahaan merayakan rumah baru Mr. Fu Yue Long selaku Head of Representative of Indonesia.

Menurut kepercayaan orang China, saat akan menempati rumah baru, pemilihan tanggal masuk harus diperhitungkan. Tanggal kelahiran mengandung unsur shio dan elemen. Maka, hari yang menjadi pilihan Anda untuk pindah

tersebut harus memiliki shio dan elemen yang baik. Sehingga memiliki interaksi yang harmonis. Menurut Feng shui, tanggal sangat memegang peranan untuk kemakmuran dan kesuksesan. Selain itu tuan rumah yang pindah ke rumah yang baru harus memasak di sana pada hari yang telah ditetapkan tersebut dan tidur di rumah baru tersebut. Acara ini dipercayai oleh orang China akan mendatangkan banyak rejeki bagi orang yang baru pindah/memiliki rumah baru, selain itu juga bertujuan untuk membina relasi yang harmonis dengan keluarga/tamu yang diundang (Susantio, 2009).

Acara ini di persiapkan penulis selama 1 minggu, selama satu minggu penulis membantu persiapan acara mulai dari membuat rundown acara, mengkomunikasikan waktu dan tempat acara kepada tamu undangan, memastikan alat-alat acara sudah disiapkan dengan baik. Sebelum acara berlangsung penulis mengikuti briefing terlebih dahulu bersama tim, lalu saat acara berlangsung penulis memastikan acara berjalan lancar, dan di akhir acara, penulis juga mengikuti evaluasi acara.

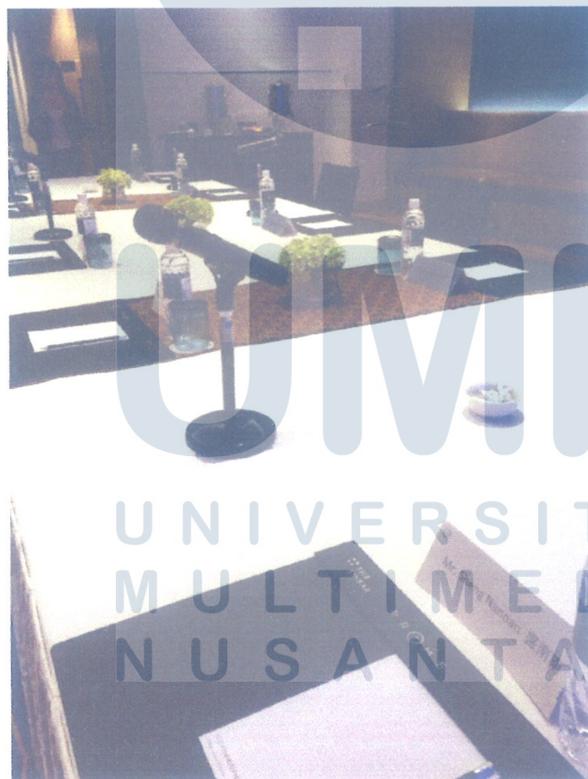
B. *Leaders Annual Conference 2017*

Event *Leaders Annual Conference 2017* ini termasuk ke dalam event Calendar Event, karena merupakan jenis event yang diadakan setahun sekali. Event ini merupakan suatu acara dimana para petinggi perusahaan China Shenhua Group dan juga perdana menteri dari China datang ke Indonesia selama 2 minggu, tepatnya dari tanggal 4 September hingga 15 September 2017. Acara ini bertujuan untuk melihat perkembangan dan meminta pertanggung jawaban kepada PT Guo Hua Listrik tentang keadaan perusahaan, tentang apa saja dan bagaimana aktivitas proyek perusahaan selama setahun ini di Indonesia. Di dalam event ini penulis membantu mempersiapkan segala kebutuhan event.

Mulai dari bulan Juli, penulis membantu segala persiapan mulai dari membantu pembuatan handbook *Leaders Annual Conference*. Disini perusahaan memproduksi *handbook* acara ini sebagai buku panduan para tamu undangan *Leaders Annual Conference 2017*. Selain *handbook* penulis juga membantu membuat Slide PPT yang akan digunakan sebagai medium komunikasi acara. Dalam membuat segala keperluan acara tersebut, penulis selalu melakukan

pengecekan isi baik gambar, tulisan, dan ukuran terlebih dahulu, setelah hasil yang dibuat sudah di setujui oleh PIC dan juga manager perusahaan, penulis mencetak buku panduan acara. Penulis mencetak sesuai dengan jumlah undangan menggunakan kertas tipe *art paper* berkualitas, sehingga *handbook* yang diproduksi terlihat elegan dan berkualitas tinggi dan bisa mencerminkan citra positif perusahaan. Penulis juga menggunakan font khusus perusahaan, yaitu SimSun serta tak lupa untuk mencantumkan logo perusahaan di Cover *handbook*, serta setiap slide PPT acara.

Saat hari H acara, penulis bertugas melakukan komunikasi koordinasi dengan pihak hotel Mulia dan restoran yang sudah di booking, sehingga tempat makan dan ruang acara di hotel Mulia, sudah dalam kondisi siap pakai, selain itu penulis juga membantu mendokumentasikan acara. Pada akhir acara penulis juga membantu mengkomunikasikan tamu undangan untuk mengambil cinderamata yang telah disiapkan di akhir acara.



Gambar 2.2 Meeting Room di The Linkar- Pullman Hotel

C. *Mooncake Festival*



Gambar 2.3 Mooncake yang dibagikan

PT Guo Hua Listrik merupakan perusahaan yang masih memegang budaya china yang kental, terbukti dari kegiatan penulis menjaga hubungan internal dengan para staff perusahaan dengan menyelenggarakan event Mooncake Festival / acara merayakan hari kue bulan.

Festival Musim Gugur atau yang sering didengar dengan sebutan Festival Kue Bulan, merupakan hari raya panen yang dirayakan oleh masyarakat Tionghoa yang jatuh pada hari ke 15 di bulan ke delapan pada kalender Tionghoa. Festival Musim Gugur dilambangkan dengan kehadiran bulan purnama penuh dan terang. Menurut masyarakat Tionghoa, bulan purnama penuh berarti simbol dari kemakmuran, kebahagiaan, dan reuni keluarga. Tradisi ini dilakukan sebagai bentuk raya syukur atas panen yang berlimpah dari sang Dewi Bulan dan berdoa agar senantiasa diberikan panjang usia dan masa depan yang lebih baik. (Agustina, 2016, Para 1-2)

Dalam persiapan perencanaan perayaan *Mid autumn festival*/hari raya kue bulan, penulis dan tim mendapatkan beberapa kendala seperti, penentuan tanggal acara. Karena sebenarnya hari raya kue bulan jatuh pada tanggal 4 Oktober, namun karena 4 Oktober akan ada event lain maka, Penulis beserta tim PR memilih memajukan acara perayaan hari raya kue bulan di tanggal 22 September 2017.

Penulis membantu mempersiapkan acara ini selama 1 minggu, penulis bertugas membantu melakukan planning, menyusun konsep acara, menyusun *rundown* acara, mensosialisasikan/mengkomunikasikan waktu dan tempat acara

kepada seluruh staff yang diundang untuk datang meluangkan waktu mengikuti acara *mooncake festival*. Acara ini berlangsung setelah jam pulang kantor jam 17.30-19.30 di Kantin Perusahaan. Selama acara penulis membantu memastikan acara berjalan lancar juga di akhir acara penulis membagikan kue bulan kepada seluruh staff. Acara perayaan ini sebenarnya menjadi salah satu cara perusahaan juga dalam menjalin hubungan yang baik dengan publik internalnya.

D. *Ground Breaking Ceremony of PLTU JAWA-7*



Gambar 2.4 Acara peresmian dan peletakan batu pertama pembangkit JAWA-7

Event ini termasuk kedalam *Special Event* karena acara ini merupakan acara menyambut kedatangan Mr. Lin Wen selaku pimpinan utama China Shenhua Group yang datang ke Indonesia. Pimpinan utama datang untuk melakukan peresmian dan peletakan batu pertama pembangunan pembangkit PLTU JAWA-7 yang terletak di Cilegon. Di dalam event ini penulis membantu mempersiapkan kebutuhan event, mulai dari mengkomunikasikan tentang rundown acara kepada pihak yang terlibat. Mengkomunikasikan dengan manager hotel untuk mempersiapkan meeting room acara dan kamar hotel di Shangri-La hotel. Mengkomunikasikan kepada para tamu undangan untuk mengambil cinderamata untuk para petinggi perusahaan yang datang ke acara terlebih dahulu sebelum pulang. Penulis juga mengikuti briefing tim sebelum dan saat acara berlangsung, dan sesudah acara berlangsung melakukan evaluasi acara.

Dari acara-acara yang telah dilakukan perusahaan, penulis mendapatkan temuan, bahwa perusahaan memiliki banyak acara internal, yang mana disetiap acaranya hampir mengikuti teori tahapan-tahapan event management yang ada. Perusahaan melakukan persiapan sebelum acara dari penyusunan jadwal acara mulai dari planning waktu, tema acara, persiapan mengenai apa saja yang harus dipersiapkan, pembagian tugas tim, membuat rundown pelaksanaan atau kegiatan, mengatur budget, briefing sebelum acara, koordinasi saat acara dan kemudian melakukan evaluasi di akhir acara.

Evaluasi dilakukan kepada setiap personel terkait yang bertugas, untuk mengetahui apakah setiap personel sudah melakukan tugasnya dengan baik dan apakah tamu yang hadir puas dengan keseluruhan acara. Perusahaan selalu melakukan evaluasi setelah acara selesai, hal ini membuat perusahaan bisa mengetahui hal-hal apa saja yang sudah berjalan dengan baik, ataupun hal-hal apa saja kurang berjalan dengan baik sehingga kedepannya jika ingin membuat event lagi bisa lebih diperhatikan dan diberi perhatian khusus.

Maka dari itu Event merupakan suatu kejadian penting atau peristiwa khusus, baik yang terjadi secara internal, lokal, maupun nasional dan bahkan berkaitan dengan suatu peristiwa secara internasional (Ruslan, 2016, h 233). Manajemen suatu event acara tidak semudah yang terlihat oleh mata. Dalam merencanakan sebuah acara harus dilakukan dengan sangat teliti, detail serta tekun, sebab hal tersebut sangat berkaitan erat dengan hasil yang akan dicapai setelah acara tersebut selesai diselenggarakan atau dengan kata lain apakah akan mencapai tujuan acara atau tidak (Sanjaya, 2016, h. 57-58).

Semua kegiatan event yang telah dijalankan penulis disini berkaitan erat dengan teori event management yang dikatakan oleh Pudjiastuti (2010, h. 87) bahwa memang benar terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan ketika akan mengimplementasikan sebuah konsep acara, yaitu:

a. Persiapan

Melakukan pengecekan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan pelaksanaan acara. Seperti pengisi acara, kondisi panggung, kondisi ruangan dan sebagainya.

b. Geladi bersih

Melakukan kegiatan untuk mencoba dan mengecek kesiapan dari para anggota yang akan terlibat ketika acara dimulai. Kegiatan ini dilakukan oleh para pengisi acara., alat-alat yang akan digunakan ketika acara.

Sedangkan dari segi koordinasi terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan ketika melakukan implementasi rancangan konsep acara, hal ini bertujuan agar dalam pelaksanaan acara kerja sama tim tetap terjalin dengan baik.

c. Komunikasi

Kesempurnaan koordinasi dalam *special event* sangat ditentukan oleh kualitas komunikasi yang dilakukan secara terus-menerus di antara anggota tim kerja. Ketika pelaksanaan acara mulai berlangsung masing-masing kru harus tetap menjaga komunikasi yang baik, hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan HT (*Handy Talky*).

d. Kepentingan pribadi

Setiap anggota tim harus mampu untuk tidak mencampuradukkan antara kepentingan pribadi dan kepentingan kelompok. Hal ini bertujuan agar tidak menimbulkan perpecahan di dalam tim acara.

e. Komitmen

Komitmen anggota tim dibutuhkan sejak awal persiapan acara sampai dengan tahap akhir atau evaluasi.

f. Kepercayaan

Membangun kepercayaan antar anggota tim sangat dibutuhkan untuk dapat menghasilkan acara yang sukses.

g. Kerja sama

Kualitas koordinasi sebuah acara dapat dilihat dari kemampuan manajer acara dalam membangun kolaborasi atau kerja sama di antara seluruh anggota tim dan hal ini merupakan pekerjaan yang sulit karena masing-masing anggota memiliki *personality*.

h. Tanggung jawab

Hal ini berkaitan dengan upaya mengatasi masalah yang muncul dengan baik dan benar sehingga tidak mengganggu kelancara kerja pihak lain.

Lalu event yang dilaksanakan juga sesuai dengan teori menurut Natoradjo yang dikutip dalam Ruslan (2016, h. 236), bahwa event dikelompokkan pada program Public Relations dalam tiga golongan:

1. Calendar Event

Calendar of event, yaitu acara rutin (*regular event*) yang dilaksanakan pada hari, bulan, tahun tertentu secara periodik dan berulang-ulang, diselenggarakan sepanjang tahun kalender.

2. Momentum Event

Pada jenis event kelompok ini, acara yang diselenggarakan sifatnya khusus dan dilaksanakan pada momen-momen tertentu, di luar acara rutin. Contoh: Ulang Tahun Perusahaan

3. Special Event

Special event merupakan acara khusus dan dianggap istimewa. Peristiwa khusus tersebut secara garis besarnya terdapat tiga jenis kegiatan dalam PR, yaitu:

- Acara suatu peresmian
- Acara peringatan tertentu
- Acara komersial atau non komersial

Dan juga beberapa hal-hal yang mendukung keberhasilan dalam pelaksanaan event-event di atas, memang sangat berkaitan dengan hal-hal berikut:

1. Penyusunan Jadwal; mulai dari persiapan, pelaksanaan atau kegiatan serta tema dari even itu sendiri, budget, fasilitas, personel serta kemudian evluasinya.
2. Personel terkait; Bagaimana kesiapan dari penuntun acara, pengunjung yang hadir, publik, atau tamu yang hadir.
3. Tujuan dari special event tersebut; apakah berkaitan dengan kepentingan tertentu (Ruslan, 2016, h 237)

3.2 Kendala dan Solusi Kerja magang

3.2.1 Kendala yang Ditemukan

Selama masa praktik kerja magang ini, penulis menyadari adanya beberapa kendala, salah satu kendalanya adalah. Penulis memiliki kendala dalam mengimplementasikan kegiatan *event internal* perusahaan karena perusahaan ini masih mengacu dengan tradisi budaya China, jadi ada beberapa jenis event internal perusahaan, yang penulis tidak pelajari dalam masa perkuliahan, seperti *New House Gathering* dan *Festival Mooncake*. Maka disini penulis membutuhkan penyesuaian untuk dapat merencanakan serta menyusun *event internal* perusahaan dengan baik, agar tidak terjadi kesalahan ataupun kesalahpahaman, melainkan kelancaran acara dan hubungan internal yang semakin terjalin dengan baik.

3.2.2 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala yang ada penulis memiliki solusi, yaitu dengan lebih mempelajari apa saja event-event internal yang sering dilakukan budaya China di perusahaan. Penulis juga banyak bertanya, melihat contoh pekerjaan, dan meminta masukan dari PIC. Sehingga, kedepannya penulis dapat menyesuaikan diri dan dapat merencanakan serta mengimplementasikan kegiatan-kegiatan *event internal* yang dilakukan perusahaan dengan baik.