



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

Selama kegiatan magang berlangsung, penulis ditempatkan di Unit *Public Relations*, yang berada dalam naungan *Corporate Secretary and Legal*. *Public Relations* ini merupakan suatu bagian yang berperan untuk menganalisa sebuah masalah dan membuat laporan tentang sebuah kegiatan dan aktivitas yang relevan dengan publiknya guna membentuk citra yang positif bagi perusahaan. Publik daripada perusahaan ini merupakan pihak-pihak yang memiliki keterlibatan baik secara langsung maupun tidak dan memiliki dampak terhadap perusahaan itu sendiri, seperti investor, pemerintah, *customer*, masyarakat di sekitar perusahaan, para karyawan yang mengabdikan dirinya pada perusahaan, dan lain sebagainya.

Dalam unit ini, proses koordinasi yang dilakukan dalam pelaksanaan tugas yakni, *Head of Corporate Secretary and Legal* memberikan penugasan kepada *Public Relations Manager* mengenai kegiatan *Public Relations*. Kemudian, *Public Relations Manager* berperan untuk mengawasi, mengendalikan dan mengelola produk pencitraan perusahaan dalam bentuk konten *website*, *company profile*, *annual report*, penyelenggaraan pameran, majalah internal, spanduk, dan *banner*. Segala bentuk produk pencitraan tersebut kemudian dikerjakan oleh para *Public Relations Staff*. Selanjutnya, *Public Relations Staff* meneruskan penugasan tersebut kepada penulis dan jika tugas telah selesai dilaksanakan, diserahkan kembali kepada *Public Relations Staff* untuk diproses lebih lanjut.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama kegiatan magang berlangsung, penulis melakukan serangkaian penugasan yang telah dirangkum dalam tabel berikut :

Tabel 3.2 Realisasi Kerja Magang Mingguan

		Uraian Kerja Magang																				
No	Jenis Pekerjaan	Uraian Pekerjaan	Agustus					September					Oktober									
			I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	V					
1	Media Relations	Media Monitoring	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V		
		Penerjemahan Release			V	V																
2	Pendokumentasian	HUT PT Angkasa Pura II (Persero)	V	V																		
		Benchmarking PT KAI																				
		Sharing Session Airport Service and Facility																				
		Pameran Transportasi																			V	
		Sosialisasi Transformasi Organisasi PT Angkasa Pura II (Persero)																			V	
		Pemaparan PT Angkasa Pura II (Persero) tentang Corporate Governance Perception Index (CGPI)																			V	
		Kunjungan Universitas Bakrie																			V	
		Project Plan (Inovasi)																			V	
		Riset informal mengenai kegiatan brand activation bandara di dunia																				V
		4	Event Management	Pra Event (Briefing mengenai penugasan dalam event)	V	V																
Event (Tim Registrasi dan Dokumentasi)	V			V																		
Post Event (Evaluasi)				V																		

3.3 Pembahasan

3.3.1 Uraian Pelaksanaan Tugas / Kegiatan Magang

Franks Jefkins (1992, h.98) dalam Darmastuti (2012, h.42) mencoba untuk memberikan definisi mengenai *Media Relations* :

“*Media Relations* atau sering disebut dengan hubungan pers adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi perusahaan yang bersangkutan.”

Rini Damastuti dalam bukunya yang berjudul *Media Relations: Konsep Strategi dan Aplikasi* (2012) juga menyebutkan bahwa kegiatan media relations terbagi menjadi dua bentuk. Pertama adalah tulisan seperti press release, tulisan yang ditujukan kepada editor, pemberitahuan mengenai layanan publik dan komunikasi melalui media di internet. Kedua adalah dengan menggelar suatu kegiatan atau acara, contohnya *Media Gathering* atau *Media Relations* yang dibuat oleh praktisi PR, *Press Call* yang dilakukan untuk menyampaikan informasi melalui telepon, *Media Events* seperti undangan bagi media untuk menjadi sponsor dalam suatu kegiatan, kemudian tentunya adalah konferensi pers dengan media.

Selain itu, hubungan dengan media kini memaksa para praktisi PR untuk terlibat secara langsung dalam produksi pembuatan *release* yang akan dibagikan kepada media untuk dipublikasikan. Didukung dengan perkembangan teknologi yang kian pesat, para praktisi tidak hanya mampu menciptakan suatu pemberitaan saja akan tetapi juga mampu mendistribusikan berita itu sendiri melalui berbagai alat komunikasi yang digunakan oleh perusahaan tidak hanya melalui media massa saja. Surat elektronik atau surel juga sering kali digunakan oleh para pembuat *release* dalam mendistribusikan informasi kepada target media yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Setelah *release* dibuat oleh para praktisi PR, mereka mendistribusikan informasi mengenai perusahaan tersebut melalui media. Media yang mereka gunakan pada umumnya merupakan media yang dimiliki oleh internal perusahaan terlebih dahulu seperti *website* perusahaan, surel, dan lainnya. Tak menutup kemungkinan juga bagi mereka untuk mengirimkan *release* kepada pelaku media mulai dari media massa hingga media *online*. Kemudian *release* tersebut akan diolah kembali dan disebarluaskan secara meluas kepada publik.

Jefkins (1992, h.101) kembali menjelaskan prinsip *Media Relations* dalam Darmastuti (2012, h.45-47), yakni :

1. Memahami dan melayani media setiap saat
2. Membangun reputasi sebagai organisasi yang dapat dipercaya media
3. Menyediakan salinan informasi yang memadai dan akurat
4. Bekerja sama dalam penyediaan materi informasi
5. Menyediakan fasilitas verifikasi
6. Membangun hubungan personal yang kokoh dengan media

Dalam prinsip tersebut, Angkasa Pura II telah menerapkan keseluruhan prinsip *Media Relations* tersebut. Namun, berdasarkan analisa penulis yang didasari oleh pengalaman dan pengetahuan yang didapatkan oleh penulis ketika melaksanakan praktik magang, penerapan prinsip *Media Relations* tersebut lebih berfokus pada poin nomor 2, 3, 4, dan 5. Hal ini dibuktikan dengan penyediaan *release* yang telah dilaksanakan oleh para PR perusahaan yang dipublikasikan melalui alat komunikasi perusahaan seperti *website* dan aplikasi pelayanan informasi perusahaan dalam perangkat komunikasi (*smartphone*) bernama 'Indonesia Airport'.

Salah satu kegiatan *Media Relations* yang dilakukan oleh Penulis adalah kegiatan *Media Monitoring* dan penerjemahan *release*. Untuk kegiatan *Media Monitoring*, penulis melaksanakannya selama 3 bulan. Sedangkan untuk penerjemahan *release*, penulis diberikan tenggat waktu selama 10-14 hari untuk menyelesaikannya dan memberikannya kepada salah satu *Public Relations Staff*.

3.3.1.1. Media Monitoring

Media Monitoring merupakan salah satu bagian dari dokumentasi dan kliping yang dilakukan oleh *Public Relations* melalui media massa dan Internet. Media massa dan Internet sangat penting bagi *Public Relations*, sama halnya dengan televisi bagi periklanan. *Public Relations* terus berubah, untuk memberikan pengetahuan terhadap publik yang berbeda mengenai cara pandang terbaru, media massa dan internet bisa menjadi pilihan dari pendokumentasian dari berita-berita mengenai perusahaan atau lembaga yang berasal dari *website-website* berita (Kriyantono 2006: h.330).

Salah satu aktivitas *Public Relations* yang dilakukan oleh unit *Public Relations* Angkasa Pura II adalah *Media Monitoring*. *Media Monitoring* merupakan laporan kliping berita harian dalam 24 jam terakhir, dalam hal ini mengenai 13 Bandara yang dikelola oleh wilayah Angkasa Pura II yakni Indonesia Bagian Barat, yang berasal dari berbagai *website* media massa, di *printscreen* kemudian dipindahkan dalam lembar kerja *Microsoft Word*.

Kegiatan *Media Monitoring* bagi Angkasa Pura II yang dilakukan oleh unit *Public Relations* memiliki tujuan yaitu:

1. Sebagai sarana dokumentasi berita terkait Angkasa Pura II dan 13 Bandara yang dikelola.
2. Sebagai laporan berita harian yang akan dikirim ke *Senior Public Relations Manager* dan *stakeholder* internal perusahaan.
3. Sebagai laporan berita bulanan dari unit yang akan diberikan kepada *stakeholder* Angkasa Pura II Kantor Pusat. Rangkuman berita tersebut nantinya akan dianalisa oleh Angkasa Pura II dalam upaya menyelesaikan permasalahan-permasalahan apa saja yang terjadi di wilayah kerja Angkasa Pura II.

Menurut Iriantara (2011 : h,46) *Media Monitoring* merupakan salah satu aktivitas yang termasuk dalam lingkup *Media Relations* dan kegiatan *Media Relations* ini merupakan salah satu bagian dari program *Public Relations*. Tahapan dalam membentuk suatu program *Public Relations* terdiri dari beberapa hal, di antaranya : Perencanaan, Implementasi, dan Evaluasi. *Media Monitoring* termasuk dalam tahapan program PR yakni tahapan Evaluasi.

Lindenmann (2011, h.12-15) dalam Iriantara (2011, h.67-68) mengatakan bahwa terdapat empat komponen penting dalam mengevaluasi program komunikasi atau program PR Organisasi. Keempat komponen tersebut mencakup:

1. Menetapkan sasaran dan tujuan komunikasi yang spesifik dan terukur.
2. Mengukur keluaran (*output*) komunikasi.
3. Mengukur hasil dan dampak komunikasi.
4. Mengukur dampak institusional.

Media Monitoring termasuk dalam seluruh cakupan komponen tersebut. Hal ini terjadi karena aktivitas *Media Relations* tersebut memiliki tugas untuk mengawasi beragam produk komunikasi yang telah dihasilkan oleh suatu institusi maupun perusahaan. Dengan dilakukannya kegiatan *Media Monitoring*, perusahaan juga mampu mendapatkan hasil berupa *output* komunikasi yang meliputi jumlah berita / artikel yang muncul di media cetak maupun *online*, dampak komunikasi berupa penentuan profil khalayak yang diinginkan, dan dampak institusional berupa keterkaitan dampak komunikasi yang dihasilkan oleh perusahaan yang telah disesuaikan dengan dampak organisasi seperti contoh membaiknya reputasi organisasi atau perusahaan.

Dalam melakukan kegiatan *Media Monitoring*, ada beberapa langkah yang harus dilakukan untuk melakukan rekap, di antaranya :

1. Menggunakan *Intelligence Media Management (IMM Today)* dalam media ini *Public Relations* melakukan *monitoring* media massa yang memberitakan tentang 13 bandara yang dikelola Angkasa Pura II. Pelaksanaan *Media Monitoring* ini dilakukan dengan menggunakan 2 *Intelligence Media Management* , yakni **Isentia** dan **Binokular**. Pada periode Agustus – September 2017, Penulis menggunakan IMM **Isentia**. Sedangkan pada bulan Oktober 2017, Angkasa Pura II berfokus untuk mengganti IMM mereka dengan menggunakan IMM baru, yakni **Binokular**. Perbedaan dalam penggunaan **Isentia** dan **Binokular** terlihat dari segi pemilahan berita. Dalam **Isentia**, seluruh berita yang berkaitan dengan transportasi khususnya udara masih menjadi satu kesatuan (tidak spesifik). Sedangkan, pada **Binokular**, proses pemilahan berita sudah lebih spesifik mengarah kepada perusahaan, yakni PT Angkasa Pura II (Persero). Selain itu, **Binokular** juga dilengkapi dengan grafik mengenai nilai perusahaan (positif atau negatif) yang didapatkan dari *news value* berita perharinya.
2. Setelah memasukkan *username* dan *password* pada *Intelligence Media Management* dalam menu pilih menu berita, lalu pada alat penelusuran pilih aktivitas apa saja yang dilaksanakan oleh Angkasa Pura II *contentnya* terkait dengan Angkasa Pura II itu sendiri, Muhammad Awaluddin selaku direktur utama Angkasa Pura II, dan Terminal 3 yang masih menjadi fokus Angkasa Pura II.
3. Setelah muncul berita-berita Angkasa Pura II dari berbagai *website* dan media massa dalam satu hari, pilih berita-berita terkait dengan 13 Bandara yang dikelola oleh Angkasa Pura II. Dalam hal ini kita harus

Public Relations Manager lalu kemudian diarsipkan sebagai dokumentasi.

3.3.1.2. Penerjemahan Release

Warren K. Agee dkk dalam Darmastuti (2012, h. 183) memberikan definisi tentang Press Release sebagai berikut “*A Press release is a piece of news written by organization whose activities it describes*”. Beliau menjelaskan bahwa *release* merupakan sebuah berita yang disusun oleh suatu organisasi yang menggambarkan kegiatan dari suatu organisasi tersebut.

Jefkin (1992, h.104) dalam Darmastuti (2012, h.183) memberikan definisi tentang *press release*.

“Dalam pandangan Jefkin, sebuah *release* bukan sekedar tulisan dalam bentuk tulisan pers, tetapi bisa juga dalam bentuk artikel dan foto-foto *captions* yang memiliki nilai berita yang tinggi.”

Salah satu produk yang dihasilkan oleh para praktisi *Public Relations* adalah *Press Release*. Sebuah *release* dibuat dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada publik mengenai perusahaan yang biasanya diungkapkan dalam bentuk penggambaran kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. *Release* biasanya juga dilengkapi oleh gambar hasil dokumentasi pribadi perusahaan dan keterangan foto, layaknya suatu berita pada umumnya.

Pada kesempatan magang kali ini, Penulis mendapatkan penugasan dari salah seorang *Public Relations Staff* untuk membantu proses penerjemahan *release* yang telah dibuat oleh perusahaan. Hal ini bertujuan untuk memudahkan para *stakeholder* dalam mengakses siaran pers dalam bahasa Inggris. Penugasan ini diberikan kepada seluruh peserta magang yang bekerja dalam Unit *Public Relations*. Proses penerjemahan ini dimulai dari pembagian jumlah *release* yang ada dalam tiga bulan terakhir, kemudian penerjemahan dilakukan dalam tenggat waktu yang ditentukan (10-14 hari). *Release* yang sudah diterjemahkan kemudian dikumpulkan kepada *Public Relations Staff* yang bersangkutan untuk kembali

dilakukan pemeriksaan guna meminimalisir distorsi informasi yang akan diberikan kepada publik perusahaan tersebut.

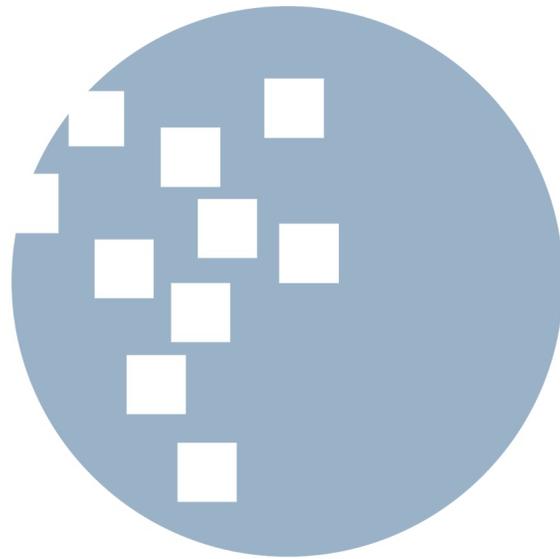
3.3.1.3. Riset Informal Mengenai Kegiatan Brand Activation Bandara di Dunia

Serupa dengan kegiatan presentasi *Project Plan*, penulis juga ditugaskan untuk melakukan riset informal. Riset informal merupakan sebuah penelitian yang dilakukan tanpa dibatasi oleh aturan baku dalam riset ilmiah. Riset informal terbagi dalam beberapa jenis, yakni : *Record Keeping*, *Managing by Walking Around (MBWA)*, Kotak Opini, *Unobstrusive Maesurement*, dan *Publicity Analysis*. Dalam riset informal kali ini, Penulis menggunakan jenis riset *Unobstrusive Measurement*. Jenis riset *Unobstrusive Measurement* ini dilakukan dengan cara menganalisa seseorang atau sesuatu (objek) yang lain tanpa mengganggu aktivitas yang diriset/tanpa menginterupsi kegiatan yang diriset.

Dalam riset informal ini, penulis melakuakn riset berbasis internet dilakukan dengan cara mencari kata kunci mengenai kegiatan *Brand Activation* yang dilakukan oleh bandara-bandara terbaik di dunia. Hal utama yang perlu diperhatikan mengenai inovasi baru atau menentukan indikator positif yang menjadi keunikan bagi suatu bandara tersebut dibandingkan bandara lainnya. Riset dapat dilakukan melalui *browsing* maupun menyaksikan kegiatan-kegiatan bandara tersebut melalui media sosial atau pun *youtube*. Setelah memperoleh informasi sebanyak-banyaknya, penulis harus menuangkan gagasan tersebut dalam bentuk tulisan deskriptif mengenai riset sederhana tersebut dan diberikan langsung kepada salah seorang *Public Relations Staff* yang memberikan penugasan tersebut.

Hasil dari riset sederhana tersebut menunjukkan bahwa salah satu bandara terbaik yang menjadi objek penelitian penulis adalah Bandara Internasional *Vancouver* di Kanada, Amerika Serikat. Salah satu hal yang menraik dan dapat dijadikan sebagai inspirasi untuk melaksanakan kegiatan *Brand Activation* bagi bandara di Indonesia adalah bahwa bandara *Vancouver* tersebut mengangkat unsur

budaya tidak hanya budaya khas dari vancouver itu sendiri melainkan budaya dari seluruh dunia, dengan tujuan untuk menjadikan bandara sebagai ‘rumah kedua’ mereka yang nyaman untuk *Travellers*.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3.1.4. Presentasi Project Plan (Inovasi)

Pada hari terakhir pelaksanaan magang di Angkasa Pura II, pada unit tertentu seperti *Public Relations* mendapat penugasan terakhir untuk memaparkan hasil pekerjaan maupun pengalaman yang mereka dapatkan selama magang tersebut. Awalnya, presentasi dimulai perorangan dengan pemaparan hasil kerja mereka, kemudian dilanjutkan dengan presentasi *Project Plan* atau yang biasa dikenal dengan Inovasi. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui gagasan atau ide apa yang dapat ditawarkan kepada perusahaan untuk kemudian menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan serta saran yang tidak menutup kemungkinan untuk diimplementasikan di masa mendatang.

Pada saat itu, penulis bersama dengan rekan magang dalam satu unit yang sama berdiskusi mengenai *Project Plan* ini. Pemaparan hasil diskusi ini dilakukan pada hari terakhir magang dengan hasil diskusi penulis dan rekan magang lainnya yakni dengan menciptakan sebuah alat berupa robot atau semacamnya yang dapat mengelola *boarding pass* di Bandara yang dikelola oleh Angkasa Pura II dengan cara mendaur ulang *boarding pass* tersebut. Kemudian, Kami juga mengusulkan untuk memberikan fasilitas tambahan kepada para penumpang seperti tempat tidur yang unik di Bandara, dan lain sebagainya. Selain itu, dari segi komunikasi, kami juga mengusulkan untuk meningkatkan atau memperbanyak jumlah *Tourism Information Center (TIC)* di seluruh bandara di Indonesia dengan mengadakan *event* pariwisata yang baik dan dikomunikasikan melalui *platform* yang mendukung guna menambah jumlah penumpang yang akan menggunakan jasa manajemen pelayanan bandara dan juga meningkatkan jumlah wisatawan di seluruh Indonesia sehingga akan sangat menguntungkan bagi perusahaan maupun negara.

3.3.1.5. Pendokumentasian

Pendokumentasian dilakukan oleh para staf *Public Relations*. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh Kantor Pusat Angkasa Pura II ataupun peristiwa -

peristiwa dan kegiatan resmi yang terjadi didokumentasikan dan dijadikan arsip perusahaan. Acara resmi yang pernah penulis hadiri untuk mendokumentasikan diantaranya acara: Rapat pimpinan direksi, *Active Fest*, Perayaan HUT Angkasa Pura II ke-33, *Benchmarking PT KAI*, *Sharing Session Airport Service And Facility*, Pameran Transportasi, Sosialisasi Transformasi Organisasi, dan Pemaparan PT Angkasa Pura II (Persero).

3.3.2. Kendala dan Solusi Proses Kerja Magang yang Ditemukan

3.3.2.1 Kendala yang Ditemukan

Dalam melaksanakan kegiatan magang, penulis menghadapi beberapa kendala, di antaranya sebagai berikut :

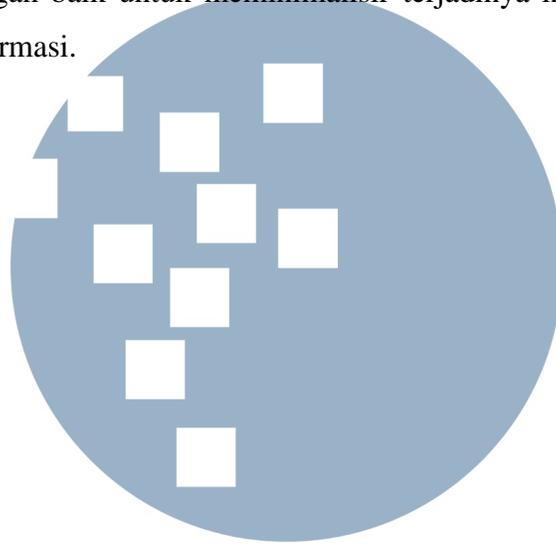
1. Minimnya informasi mengenai tindak lanjut dari aktivitas *Media Monitoring*
2. Minimnya sosialisasi yang dilakukan oleh *Public Relations Staff* dalam menyampaikan informasi mengenai pelaksanaan *Media Monitoring*
3. Terbatasnya jumlah *Public Relations Staff* yang menguasai kegiatan *Media Monitoring*

3.3.2.2. Solusi yang Ditemukan

Dalam penyelesaian kendala dalam melaksanakan magang selama tiga bulan, penulis menyiasatinya dengan :

1. Memberikan informasi mengenai tindak lanjut dari aktivitas *Media Monitoring* sehingga kegiatan tersebut tidak hanya dijadikan sebagai bahan laporan atau dokumentasi perusahaan saja.
2. Memberikan sosialisasi yang lebih kepada pelaksana kegiatan *Media Monitoring* melalui pembuatan prosedur penggunaan *Media Management* yang akan digunakan guna menunjang kegiatan *Media Monitoring* tersebut.

3. Melakukan pelatihan maupun sosialisasi lebih kepada *Public Relations Staff* agar jika sewaktu-waktu para peserta magang hendak bertanya kepada para *Staff* mengenai prosedur pelaksanaan *Media Monitoring*, para *Staff* tersebut dapat memberikan informasi dan mendemonstrasikannya dengan baik untuk meminimalisir terjadinya kesalahan atau kekurangan informasi.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA