

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Proses kerja magang berada di bawah bimbingan Stephanie Susanto, yang menjabat sebagai Head of External & Media Relations. Tugas utama adalah membina hubungan baik dengan media dan menangani krisis atau isu secara cepat dan tepat untuk mencegah kerugian bagi perusahaan.

Selain itu, terlibat dalam sesi manajemen krisis internal bersama Departemen Internal Communication, meskipun penanganan krisis utama tetap menjadi tanggung jawab Departemen External & Media Relations.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama empat puluh hari magang, berbagai tugas dilakukan, termasuk penulisan artikel, siaran pers, hubungan dengan media, dan penanganan krisis atau isu yang muncul. Aktivitas-aktivitas ini memerlukan keterampilan dan pengetahuan dasar tentang *media relations*.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dikerjakan oleh seorang Eksternal & Media Relations selama magang meliputi aktivitas-aktivitas berikut:

PR Writing	Bertugas membuat <i>Press Release</i> untuk menulis informasi yang relevan dan menarik untuk disampaikan kepada media eksternal dan internal.
Media Monitoring	Memantau dan menganalisis pemberitaan media tentang organisasi atau individu yang melibatkan pengumpulan, pemantauan, dan analisis konten media, termasuk liputan berita, artikel, dan konten di media.
Manajemen Krisis	Merespons, mengatasi, dan mengelola krisis yang terjadi di perusahaan agar meminimalkan dampak negatif krisis terhadap perusahaan.

Tabel 3.1 Eksternal & Media Relations

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Saat berlangsungnya proses kerja magang selama empat puluh hari dilakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari perencanaan sampai dengan tahapan eksekusi yang melibatkan banyak pihak. Aktivitas tersebut membutuhkan kemampuan dan pengetahuan dasar tentang *Media Relations*.

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang Eksternal & Media Relations dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

A. PR Writing

Tugas yang dilakukan oleh seorang Eksternal & Media Relations adalah *PR Writing*. *PR Writing* bertujuan untuk memberikan informasi berupa penulisan *Press Release* serta membantu perusahaan untuk memberikan citra positif kepada publik. *PR Writing* akan membuat *Press Release* setelah mendapatkan informasi yang akurat dari sebuah aktivitas penting dari perusahaan. Seperti yang sudah dilakukan, Klinik Simas Sehat Sejahtera yang merupakan Sinar Mas Group Resmikan Layanan Immunotherapy Nusantara by Terawan. Setelah itu dilakukan penulisan *Press Release* berjudul “Klinik Simas Sehat Sejahtera Resmikan Layanan Immunotherapy Nusantara by Terawan” serta berisi inti acara tersebut untuk dapat dipublikasikan kepada publik. Setelah itu, *PR Writing* akan melakukan proses identifikasi format penulisan *Press Release* oleh *Analyst Writer*. Nantinya *Analyst Writer* akan memberikan *feedback* atau komentar mengenai penulisan *Press Release* yang nantinya akan di publikasikan. *PR Writing* bertugas untuk merevisi *feedback* dari *Analyst Writer*. Setelah penulisan *Press Release* sudah baik, *PR Writing* akan mempublikasikan *Press Release* serta perlu mendapatkan persetujuan dari Head of Eksternal & Media Relations. Selanjutnya *PR Writing* akan mempublikasikan *Press Release* kepada media massa dan nantinya media massa akan mengolah *Press Release* tersebut menjadi sebuah berita. Selain itu, *Press Release* dapat dipublikasikan di platform internal perusahaan yang memuat berita terbaru mengenai Sinar Mas yaitu Smile Magazine.



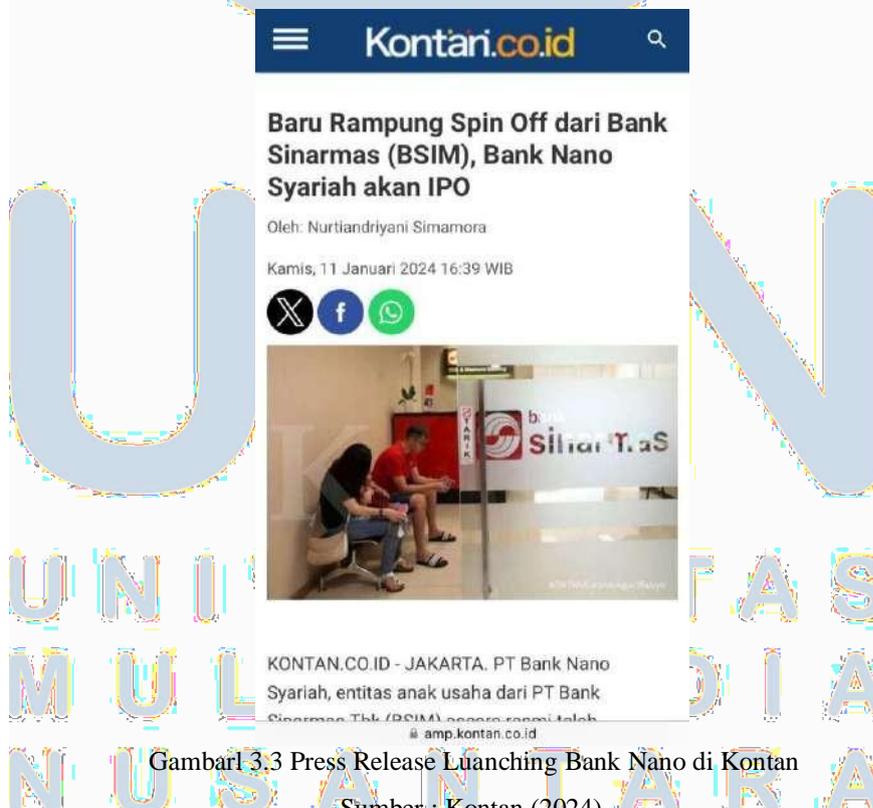
Gambar 3.1 Contoh Press Release
Sumber : Sinar Mas (2024)



Gambar 3.2 Smile Magazine
Sumber: Sinar Mas (2024)

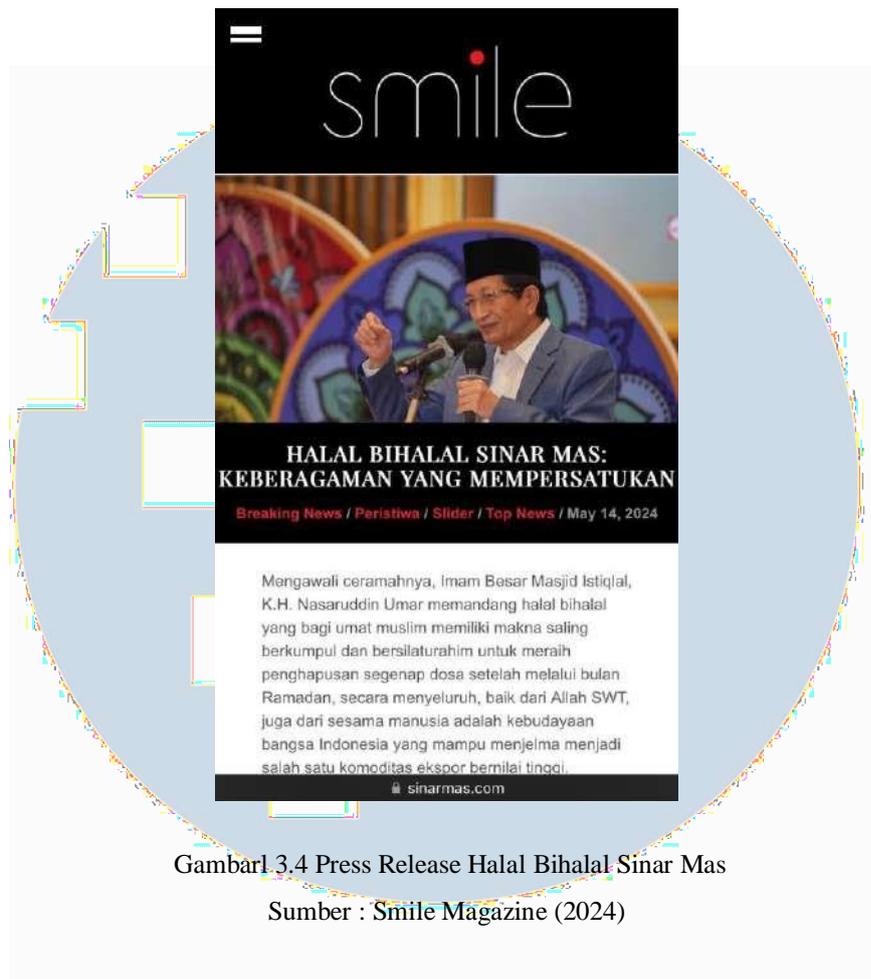
Selama proses kerja magang, penulisan *Press Release* di Sinar Mas President Office mencapai sembilan *Press Release* yang sudah dipublikasikan pada media internal Sinar Mas yaitu SMILE MAGAZINE dan media eksternal seperti Liputan6, Kompas, Kontan dll. Sembilan *Press Release* tersebut meliputi

1. Sinar Mas Perkenalkan PT Bank Nano Syariah.
2. Bank Nano Syariah Resmi Diluncurkan.
3. Perayaan Tahun Baru Imlek 2575 Sinar Mas.
4. Perayaan Tahun Baru Imlek 2575 Sinar Mas dengan Teknologi: Melestarikan Tradisi.
5. Mendorong Inovasi, Mengisi Ramadan.
6. Menebar Kebaikan Lewat Wakaf Alquran.
7. Sinar Mas Perkuat Komitmen Sosial Melalui Dukungan ke Ranah Spiritual, Olahraga dan Infrastruktur Publik.
8. Mengisi Ramadan, Menebar Kebaikan Lewat Wakaf Alquran.
9. Halal Bihalal Sinar Mas: Keberagaman yang Mempersatukan.



Gambar 3.3 *Press Release* Luanching Bank Nano di Kontan

Sumber : Kontan (2024)

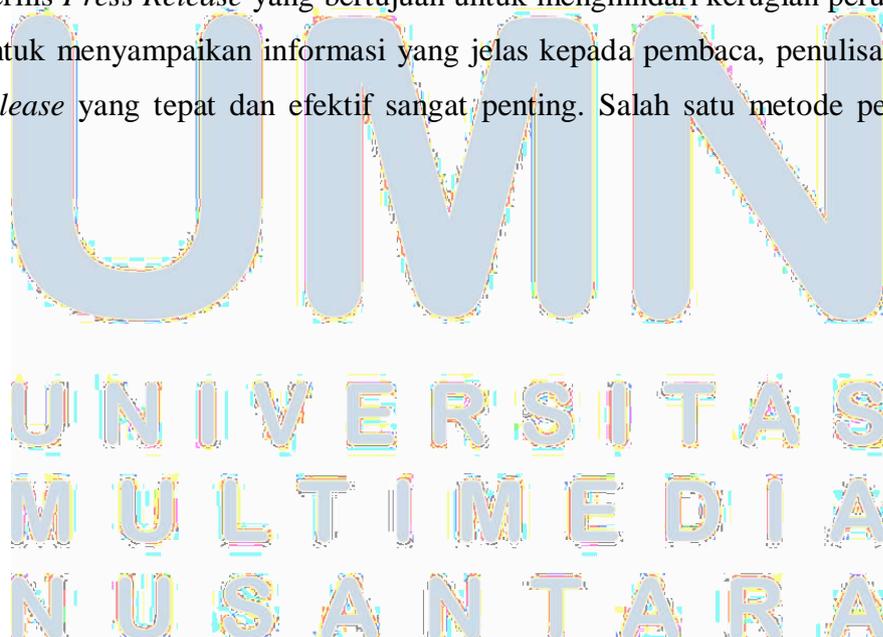


Gambar 3.4 Press Release Halal Bihalal Sinar Mas
 Sumber : Smile Magazine (2024)

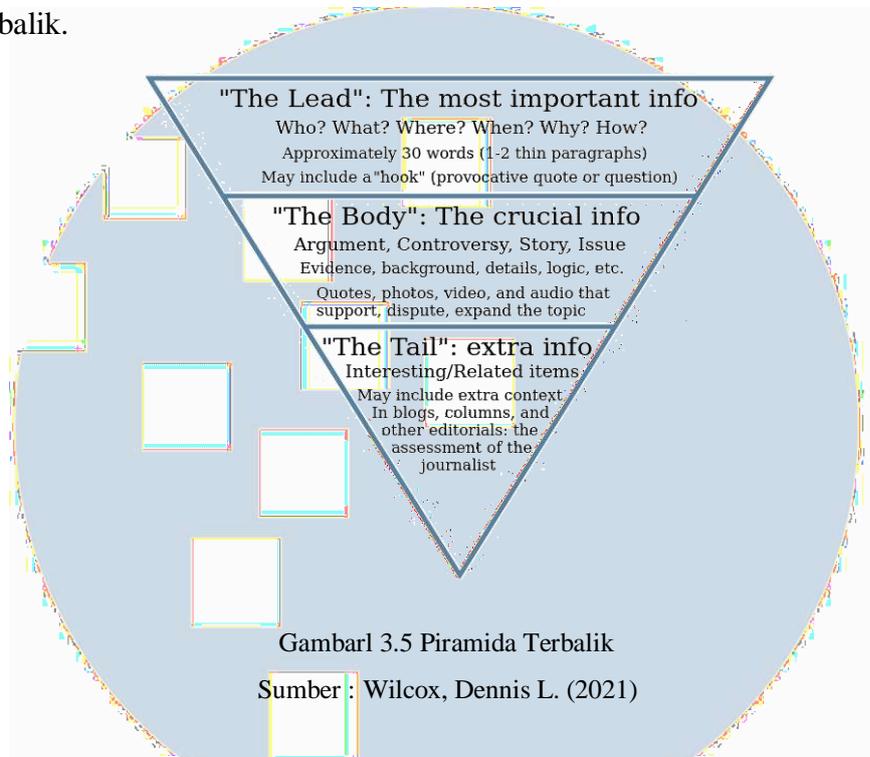
Dalam proses pembuatan *Press Release* dibantu dengan alat bantu AI (*Artificial Intelligence*). *Press Release* yang dipublikasikan mengandung beberapa kata kunci perusahaan sesuai dengan tujuan *Press Release* disebarluaskan nantinya. Menggunakan alat bantu AI untuk penulisan *Press Release* sangat membantu. Selain tata bahasa, ejaan dan gaya penulisan dapat membantu untuk meningkatkan kualitas tulisan sehingga hasilnya optimal. Selain itu penggunaan AI dalam proses pembuatan *Press Release* dapat meningkatkan efisiensi dan kecepatan waktu. Namun setiap hasil *draft* harus tetap melewati proses manual untuk dicek oleh *Analyst Writer* dan memastikan akurasi, relevansi dan kesesuaian dengan tujuan komunikasi perusahaan.

Menulis dalam bidang *Public Relations* (PR) adalah salah satu metode komunikasi utama untuk berinteraksi dengan berbagai audiens, terutama ketika pesan yang ingin disampaikan sulit untuk dijelaskan secara lisan. *PR Writing*

melibatkan penggunaan berbagai saluran komunikasi, seperti media internal perusahaan, surat kabar, majalah, situs web, radio dan televisi. Maka dari itu penulisan yang baik sesuai karakteristik media serta target audiens penting bagi praktisi *Public Relations* untuk mendukung aktivitas komunikasi mereka (Wilcox, D. L., 2021). *Press Release* adalah jenis berita yang berfokus pada perusahaan (baik individu, kegiatan, layanan, atau produk). Berita ini biasanya disebar atau disiarkan ke media, sehingga sering disebut sebagai siaran pers atau pengumuman berita. Tujuan dari *Press Release* adalah untuk menyampaikan informasi yang bertujuan untuk memelihara hubungan dengan publik. Perkembangan teknologi telah mengubah cara *Press Release* disampaikan di media. Sebelumnya, *Press Release* disebar dalam bentuk kertas tercetak dan diberikan kepada jurnalis sebelum atau sesudah suatu acara. Namun, sejak awal tahun 2010-an, jurnalis telah beralih menggunakan perangkat lunak dan keras seperti laptop dan *handphone* yang terhubung dengan internet. Oleh karena itu, *Press Release* harus disusun dengan gaya penulisan yang dapat menarik perhatian jurnalis media massa, termasuk jurnalis cetak, *online*, dan penyiaran (Obtavianti, 2022). Strategi perusahaan dalam menanggapi berita atau isu negatif yang sedang berkembang adalah dengan merilis *Press Release* yang bertujuan untuk menghindari kerugian perusahaan. Untuk menyampaikan informasi yang jelas kepada pembaca, penulisan *Press Release* yang tepat dan efektif sangat penting. Salah satu metode penulisan



Press Release yang efektif adalah dengan menggunakan pendekatan piramida terbalik.



Sesuai dengan yang diajarkan oleh mata kuliah *Media Relations* mengenai aktivitas *PR Writing* dalam membuat *Press Release*, metode piramida terbalik merupakan metode yang baik digunakan karena menempatkan informasi penting di bagian awal berita (*lead*). Hal ini dikarenakan mayoritas pembaca diklasifikasikan sebagai individu yang sibuk dan memiliki waktu terbatas, sehingga mereka tidak memiliki waktu untuk membaca keseluruhan isi dari *Press Release*. Oleh karena itu, *Lead* yang merupakan bagian awal dari *Press Release*, harus singkat dan padat, tidak boleh melebihi 25 — 30 kata. *Lead* juga harus menarik dan mampu memikat pembaca. Setelah menulis *Lead*, penulis kemudian mengembangkan paragraf kedua untuk memberikan informasi tambahan yang mendukung *Lead*. Setelah itu, informasi lanjutan disampaikan dalam tubuh berita. Metode piramida terbalik dalam penulisan *Press Release* mencakup penjelasan 5W+1H dan penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca (Nurdifa, 2024)

Aktivitas *PR Writing* seperti penulisan *Press Release* di tempat kerja memang mempunyai persamaan dengan penulisan *Press Release* yang

dilakukan dalam mata kuliah *Media Relations* – yang mana seorang *PR Writing* dalam menulis *Press Release* dalam proses kerja magang juga menggunakan metode piramida terbalik. Perbedaan selama proses kerja magang dengan yang diajarkan di kampus yaitu *Press Release* yang dilakukan selama proses magang mempunyai target audiens yaitu media massa yang berfokus pada komunikasi strategis yang sesuai dengan tujuan bisnis perusahaan. Selain itu *Press Release* yang digunakan di perusahaan tidak selalu mencakup 5W+1H namun menggunakan komponen terpenting yaitu 4W yaitu *What, When, Where, dan Who*. Keempat komponen tersebut sudah cukup untuk dapat menjelaskan dan memberikan informasi penting apa saja yang dilakukan untuk dipublikasikan ke publik. *Press Release* disusun untuk mencapai tujuan tertentu, seperti meningkatkan citra perusahaan, mengumumkan inovasi, atau merespons situasi krisis. Setiap kata dipilih dengan hati-hati untuk memaksimalkan dampak dan mencapai target sedangkan *Press Release* di kampus mempunyai target audiens masyarakat luas sehingga penulisan perlu menarik dengan menggunakan gaya penulisan yang jelas dan informatif.

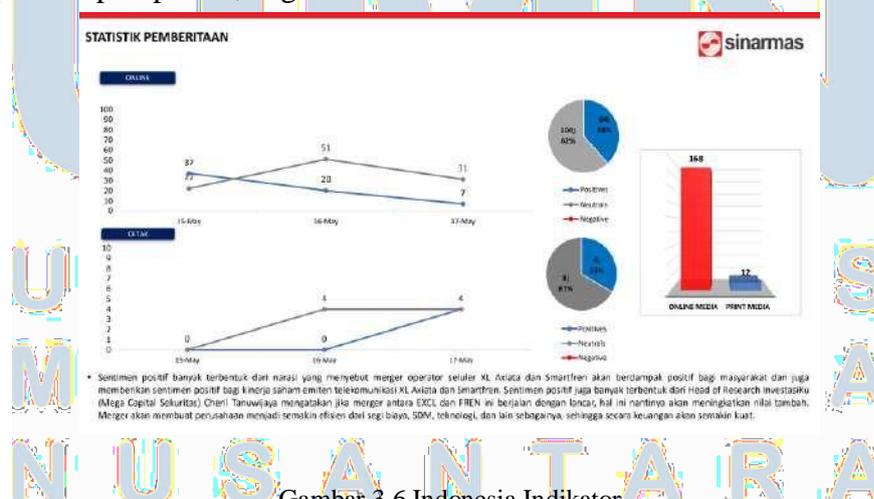
Keduanya mempunyai persamaan yaitu menggunakan metode piramida terbalik namun gaya penulisan beserta isi pada proses kerja magang cenderung lebih berfokus pada pesan-pesan kunci perusahaan. Sedangkan di kampus, *Press Release* lebih bersifat penekanan pada struktur dan teknik penulisan yang benar untuk menarik target yang lebih luas. Kendala yang dihadapi adalah kesulitan dalam menyesuaikan gaya penulisan dengan standar yang diperlukan di perusahaan. Solusi yang dilakukan yaitu dengan mempelajari penulisan *Press Release* yang sudah diterbitkan serta memperhatikan setiap evaluasi yang diberikan oleh *analyst writer* mengenai penulisan *Press Release* yang telah dibuat.

B. Media Monitoring

Aktivitas yang dilakukan oleh seorang Eksternal & Media Relations adalah melakukan *media monitoring*. *Media monitoring* dilakukan dengan tujuan

untuk mengukur efektivitas kampanye komunikasi, dan mengidentifikasi isu-isu yang mungkin mempengaruhi reputasi perusahaan. *Media monitoring* dilakukan oleh seorang Media Relation yang hasilnya akan di diskusikan kepada Departemen Eksternal & Media Relations. Proses *media monitoring* dilakukan setelah adanya aktivitas seperti *launching brand*, kegiatan internal maupun eksternal hingga terjadinya krisis yang terliput oleh media melalui artikel maupun *Press Release*. Salah satu contoh *media monitoring* yang sudah pernah dilakukan adalah Merger Smartfren – XL. Dalam melakukan proses *media monitoring* perlu ditentukan tujuan dari *media monitoring* tersebut seperti memantau liputan atau isu yang sedang terjadi untuk memahami sentimen publik terhadap perusahaan. Maka dari itu tujuan saat melakukan *media monitoring* Merger Smartfren – XL adalah untuk mengetahui respon publik tersebut.

Head of Corporate Communication akan mendapatkan hasil dari Indonesia Indicator yang merupakan alat media monitoring yang digunakan oleh Sinar Mas. Indonesia Indikator merupakan alat *media monitoring* berbayar yang biasanya digunakan oleh sebuah Perusahaan untuk melakukan monitor terhadap pemberitaan di berbagai media. Nantinya Indonesia Indicator akan mengirimkan *report* berbentuk pdf yang berisi *executive summary*, statistik pemberitaan, top isu, *influencer*, *media share*, sorotan serta sentimen publik seperti respon positif, negatif dan netral.



Gambar 3.6 Indonesia Indikator

Sumber : Indonesia Indicator (2024)

Selain itu Sinar Mas menggunakan alat *media monitoring* yaitu VRTimes yang merupakan *Press Release Distribution*. *Press Release Distribution* merupakan aplikasi yang berfungsi untuk distribusi siaran pers. Aplikasi ini memungkinkan perusahaan, organisasi, dan individu untuk mengirimkan siaran pers mereka ke berbagai media dan *outlet* berita secara efisien. Dengan menggunakan VRTimes, pengguna dapat mencapai audiens yang lebih luas dan memastikan bahwa pesan mereka diterima oleh wartawan, editor, dan publikasi yang relevan. Fitur unggul di dalam VRTimes salah satunya adalah mendapatkan hasil *report* berupa pdf terhadap suatu pemberitaan yang berisi *total publication, total PR Value, total page view, partner media* yang meliputi.



Gambar 3.7 Hasil VRTimes

Sumber: VRTimes (2024)

Setelah itu Media Relation akan melakukan analisa yang bertujuan untuk mengetahui apakah pemberitaan atau komentar di media cenderung positif, negatif atau netral terhadap topik yang dipilih. Langkah terakhir yang dilakukan adalah *Media Relation* akan mendata hasil Indonesia Indikator dan VRTimes untuk dimasukkan kedalam *monthly dashboard Corporate Communication*

untuk diambil keputusan strategi komunikasi selanjutnya. Terhitung selama empat puluh hari kerja magang terdapat empat aktivitas *media monitoring* di antaranya *launching* Bank Nano Syariah, peluncuran ALIVE oleh Eka Hospital, kebocoran pipa gas di Pindo Deli milik APP Group, dukungan Sinar Mas terhadap TK Al-Ikhlas, dukungan Sinar Mas terhadap peluncuran seragam baru Timnas Sepak Bola dan Merger Smartfren dan XL.

Peran *media relations* oleh karyawan magang adalah membantu Media Relations dan Head of External & Media Relations untuk *memonitoring* berita yang menyangkut Sinar Mas secara keseluruhan. Selain Indonesia Indikator, alat media monitoring dilakukan secara manual dengan pencarian google dan di *platform* youtube dengan memasukkan kata kunci yang dibutuhkan. Selanjutnya peran *media relations* karyawan magang adalah memasukkan dan menganalisa berita dari sentiment publik berupa berita positif, negatif, netral dan selanjutnya dipindahkan ke *monthly dashboard* Corcom untuk ditentukan strategi komunikasi selanjutnya.

Proses *media relations* merupakan hubungan baik media massa dengan pencapaian publikasi suatu organisasi yang maksimal (Sambo, 2019). Media memegang peranan penting dalam penyebaran informasi dengan cakupan yang luas. Oleh karena itu, diharapkan setiap perusahaan dapat dengan mudah berkomunikasi dengan media melalui pengiriman *press release* yang kemudian dapat disebarakan kepada publik (Suprawoto, 2018). Dalam proses penyebarannya, diperlukan proses untuk memantau dan menganalisa liputan media dengan tujuan untuk memahami dan mengukur efektivitas strategi komunikasi yaitu dengan cara melakukan *media monitoring* (Jacka & Jacka, 2015). *Media monitoring* adalah kegiatan memantau berita atau konten dari berbagai sumber media, seperti membaca, menonton, atau mendengarkan. Proses ini mencakup analisis konten yang memuat kata kunci atau topik tertentu (Wilcox et al., 2014). *Media monitoring* juga dikenal sebagai *content analyst*, yang merupakan proses penerapan untuk menentukan konten yang dilaporkan oleh media (Wilcox et al., 2014). *Output* dari analisis *media monitoring* berupa

gambar dan grafik yang berguna untuk menganalisa strategi komunikasi yang akan digunakan selanjutnya.

Media monitoring dapat dilakukan melalui tiga jenis pendekatan, yaitu *media clipping*, *media tracking*, dan *media coverage analyst*. *Media clipping* merupakan proses dokumentasi yang mencakup artikel, naskah berita, dan iklan dari media massa dalam bentuk teks maupun video. Sementara itu, *media tracking* digunakan untuk mencari opini publik terhadap suatu kejadian atau isu tertentu yang muncul dalam media massa. Terakhir, *media content analyst* atau analisis isi adalah metode untuk menganalisis konten dari sebuah teks. Pada mata kuliah *Media Relations* juga diajarkan langkah-langkah untuk melakukan *media monitoring* yaitu dengan menentukan *keyword*, menentukan kompetitor media, menentukan alat *monitoring* yang ingin digunakan serta membuat rangkuman berita dan menentukan sentimen pemberitaan.

Dalam proses kerja magang, langkah-langkah untuk melakukan *media monitoring* sama dengan yang diajarkan dalam mata kuliah *Media Relations*. Perbedaan kerja magang dengan pengajaran di kampus yaitu alat *media monitoring* yang diajarkan di kampus dengan yang digunakan di tempat kerja magang berbeda sehingga dibutuhkan penyesuaian. Selain itu pada saat proses kerja magang berlangsung terjadi interaksi langsung dengan situasi nyata di perusahaan dengan melibatkan berbagai media serta berfokus pada kebutuhan perusahaan. Sedangkan *media monitoring* yang diajarkan di kampus lebih bersifat umum dan lebih berfokus pada pemahaman konsep. Kendala yang dihadapi yaitu kesulitan untuk menganalisa isi dari alat *media monitoring* di tempat kerja magang yang sebelumnya berbeda dengan yang diajarkan di kampus sehingga diperlukan penyesuaian cepat untuk dapat menganalisa isi keseluruhan secara tepat. Selain itu terdapat data tidak lengkap seperti berita yang berasal dari media sosial youtube dan instagram yang dapat mempengaruhi kualitas analisis dan isu yang sedang di *monitoring* sehingga menghambat proses pembuatan *dashboard* untuk dibuat *monthly report Corporate Communication*. Maka dari itu solusi yang dibutuhkan adalah perlu

adanya kolaborasi dengan tim untuk mendapatkan akses yang lebih baik sehingga hasilnya dapat optimal.

C. Manajemen Krisis

Tugas yang dilakukan oleh seorang Eksternal & Media Relations adalah melakukan manajemen krisis. Manajemen krisis dilakukan setelah adanya krisis yang terjadi dalam perusahaan. Manajemen krisis muncul ketika seorang Media Head of Corporate Communication mendapatkan isu atau informasi negatif perusahaan dari beberapa kelompok organisasi atau media. Salah satu isu yang sudah dilakukan adalah pada saat kebocoran pipa gas APP PT Pindo Deli yang merugikan masyarakat sekitar Pindo Deli. Setelah itu *media relation* akan melakukan *monitoring* untuk mengumpulkan informasi terkait isu dari berbagai sumber seperti media online maupun cetak untuk didiskusikan kepada Departemen *Corporate Communication*. Isu kebocoran pipa gas APP PT Pindo Deli berkembang luas dari berbagai media, diskusi *online* dan komentar muncul di tengah publik hingga isu mencapai puncaknya ketika terjadi liputan media baik online, cetak maupun televisi serta mendapatkan sorotan dari berbagai pihak.

Hal yang dilakukan selanjutnya yaitu perlu untuk dilakukan penyelesaian dengan melakukan identifikasi mengenai informasi tersebut kepada pihak yang terlibat. Maka dari itu pihak yang dimintai keterangan adalah *Corporate Communication* dari APP Group. Setelah itu dilakukan diskusi dengan pihak terkait untuk melakukan beberapa tindakan seperti mengeluarkan *Press Release* berupa kompensasi terhadap korban yang terdampak. Selain itu publikasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan menjalin hubungan baik dengan media dengan tujuan memperbaiki citra perusahaan dan kepercayaan publik. Selanjutnya melakukan evaluasi dengan pihak terkait untuk mencegah isu serupa muncul di kemudian hari. Terhitung selama empat puluh hari kerja magang terdapat satu manajemen krisis yang dilakukan yaitu kasus kebocoran pipa gas APP Group PT Pindo Deli.

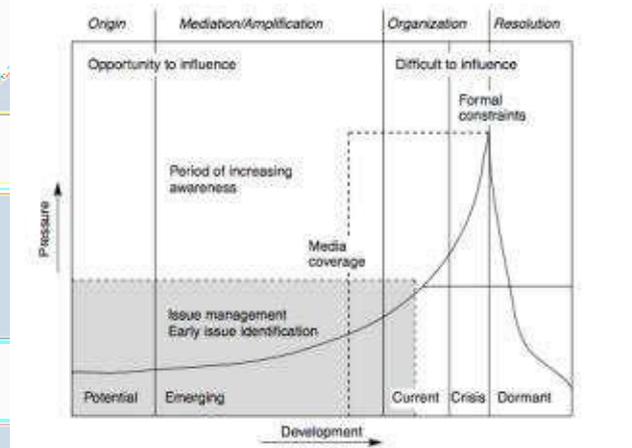


Gambar 3.8 Artikel Berita Krisis

Sumber: Nurdifa, Affifah Rahmah (2024)

Coombs & Holladay mendefinisikan manajemen krisis berguna dalam mencegah dan mengurangi dampak negatif dari krisis untuk melindungi organisasi. Mereka mengelompokkan manajemen krisis menjadi tiga fase, yaitu *pre-crisis*, *crisis*, dan *post-crisis* (Coombs & Holladay, 2023). Saat terjadi krisis, penting untuk merespons dengan cepat, termasuk pemberian informasi mengenai langkah yang ditempuh oleh perusahaan dalam mengatasi krisis tersebut, sehingga terlihat transparan (Coombs & Holladay, 2023). Teknik ini diperlukan oleh perusahaan agar tetap menjaga reputasi positif terhadap publik.

Manajemen krisis selama proses magang memiliki persamaan dengan mata kuliah Issue Management & Crisis Communication – yang mana proses manajemen krisis dalam proses kerja magang menggunakan metode *Issue Life-cycle Theory* yang menjelaskan bahwa isu yang terjadi dengan perusahaan dapat dimulai ketika sekelompok orang menyatakan ketidakpuasan terhadap perusahaan atau ketika perusahaan secara internal mengungkapkan masalahnya. Teori ini juga mengidentifikasi tahapan untuk memprediksi terjadinya isu yang akan berkembang maupun meredup (Tech & Waddington, 2021).



Gambar 3.9 *Issue Life-cycle Theory*

Sumber: Tech & Waddington (2021)

Isu mencakup berbagai hal, seperti masalah, perubahan, kejadian, perubahan kebijakan dan nilai yang sedang terjadi dalam masyarakat. Salah satu perbedaan utama antara praktik kerja magang dan pembelajaran di kampus adalah pengalaman langsung dalam mengelola krisis dengan tanggung jawab yang lebih besar daripada studi kasus yang biasanya diajarkan di kampus.

Hal tersebut menjadi kendala untuk melakukan manajemen krisis karena keterbatasan pengalaman untuk mengelola krisis perusahaan dan situasi krisis yang sering membutuhkan tanggapan cepat dan tepat sehingga seringkali merasa tertekan. Maka dari itu solusi dari kendala tersebut adalah berkonsultasi dengan Supervisor agar diberikan arahan dalam mengelola krisis serta memastikan adanya komunikasi yang jelas kepada semua pihak agar menghindari kesalahpahaman dan dapat terbuka apabila terjadi kendala pada saat mengelola krisis.

3.2.3 Kendala Utama

Kendala utama dalam proses kerja magang adalah terdapat perbedaan mengenai implementasi konsep piramida terbalik dimana di kampus penggunaan 5W+1H wajib ada namun pada saat pelaksanaan kerja magang penggunaan 5W+1H tidak selalu ada namun komponen terpenting merupakan *What, When, Where* dan *Who*.

Selain itu seorang *Media Relations* perlu mempunyai keahlian dan pengetahuan yang mendalam untuk memonitoring media mengenai berita terkait. Maka dari itu perlu untuk memahami konsep *media monitoring* agar mampu berpikir cepat dan tepat untuk menganalisa suatu berita dari media. Kedua hal tersebut menjadi kendala utama selama proses kerja magang, dikarenakan praktiknya yang berbeda dengan yang dipelajari di kampus.

Sinar Mas menggunakan alat *media monitoring* yang sebelumnya tidak diperkenalkan oleh kampus dalam mata kuliah Media Relations, sehingga terdapat perbedaan dan perlu pendalaman lebih dalam menganalisa menggunakan alat *media monitoring* tersebut.

3.2.4 Solusi

Untuk mengatasi hambatan tersebut, solusi yang dapat dilakukan adalah dengan beradaptasi dan menerapkan pengetahuan serta keterampilan yang diperoleh selama studi di kampus ke dalam situasi yang dihadapi selama magang. Pada dasarnya, konsep piramida terbalik dan *media monitoring* yang diajarkan di kampus mempunyai teori yang sama namun implementasinya yang berbeda dengan kerja magang. Selain itu komunikasi dengan Supervisor perlu dilakukan agar menjadi solusi untuk dapat berkembang serta menjadi evaluasi untuk terus belajar.

