

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama melakukan praktik kerja magang pada periode Februari sampai Mei 2024 Pekerja magang bertugas sebagai *marketing communication intern* dan ditempatkan pada divisi Corporate Secretary. Pemagang bertugas dalam membantu beberapa kegiatan *marketing communication* yang dilakukan oleh PT Jasamarga Transjawa Tol. Beberapa aktivitas *marketing communication* ini meliputi, pembuatan Press Release, melakukan media monitoring, corporate event, pembuatan Annual Report.

Pekerja magang disupervisi oleh Bapak M. Sonny Saputra selaku Assistant Vice President Marketing Communication Sustainability Management. Setiap penugasan yang diberikan dalam proses kerja magang diberikan langsung oleh Assistant Vice President Marketing Communication Sustainability Management selaku supervisi magang. Seperti penugasan dalam pembuatan Press Release maupun aktivitas *marketing communication* lain. Sesekali pekerja magang akan dibantu dalam penugasannya oleh Senior Office Marketing, Communication Sustainability and Management Assistant. Untuk itu pemagang memiliki tanggung jawab untuk membantu dan menyelesaikan setiap tugas yang diberikan guna mempermudah divisi *marketing communication*. Berikut adalah bagan alur koordinasi magang.

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.1 Foto Bagan alur koordinasi magang
Sumber: Data Olahan Laporan Magang (2024)

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama melakukan kegiatan kerja magang selama 4 (empat) bulan mulai dari periode Februari sampai dengan Mei, tugas yang dilakukan Pekerja magang adalah membantu dan berkontribusi dalam rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh Department Corporate and Secretary. Tugas ini meliputi, melakukan monitoring media. Media monitoring yang biasa dilakukan seperti media massa, melakukan penulisan *Press Release* pada beberapa kegiatan yang diperlukan untuk dipublikasi kepada media, selain itu ikut berkontribusi dalam mengelola kelancaran berbagai acara yang berhubungan dengan marcomm dan PT Jasamarga Transjawa Tol, kemudian membantu dalam pembuatan *Annual Report* buku tahunan 2023 Perusahaan PT Jasamarga Transjawa Tol.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 3.2 Lini Masa Praktik Kerja Magang

NO	JENIS KEGIATAN	FEB				MAR				APR				MEI			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
MARKETING COMMUNICATION																	
1	Press Release																
2	Media Monitoring																
3	Event																
4	Annual Report																

3.2.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

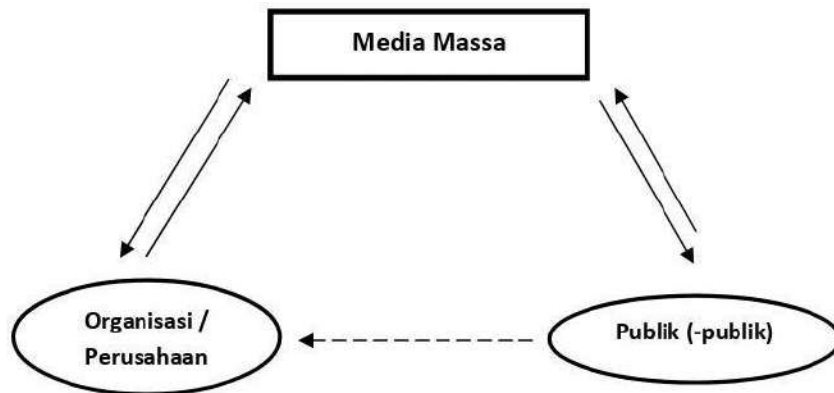
1. Media Relations

Media Relations merupakan aktivitas yang berhubungan dengan *Publik Relation*, singkatnya *Media Relations* merupakan *publisitas* yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. Menurut (Iriantara, 2011). *Media Relations* memiliki pengertian bahwa upaya yang dilakukan oleh pihak perusahaan guna mempromosikan kegiatannya dengan bantuan media massa. Selain itu dengan adanya aktivitas *Media Relations* perusahaan dapat memanfaatkan media massa dengan tujuan untuk menyampaikan sebuah tanggapan atau publikasi suatu informasi atas nama pihak perusahaan. Hal ini tentu akan secara langsung dapat memberikan kemudahan bagi pihak perusahaan dengan adanya peran *Media Relations*.

Dalam aktivitas *Media Relations* terdapat bentuk kegiatan di dalamnya seperti *Press Conference*, *Press Briefing*, *Media Visit*, *Press Release*, *Special Event*, *Media Gathering* dan *Media Monitoring*. Menurut Ardianto (Ardianto, 2011) Bentuk-bentuk kegiatan *Media Relations* adalah sebagai berikut: a) *Press Conference*, kegiatan ini dilakukan pada saat perusahaan mempunyai informasi untuk disampaikan, saat peristiwa penting sedang terjadi, atau Jika diminta oleh media atau wartawan,

pertemuan ini akan dihadiri oleh wartawan dan perwakilan perusahaan. b) *Press Briefing*, jika PR ingin memberikan informasi mengenai kegiatan yang sedang dilakukan, kegiatan ini dapat dilakukan kapan saja. c) *Media Visit*, yaitu kunjungan kegiatan informal yang dilakukan antara pihak perusahaan dan media guna menjalin hubungan baik antara satu sama lain. d) *Press Release*, berupa berita yang diharapkan dapat disiarkan di media massa e) *Special Event*, kegiatan yang bertujuan untuk memeriahkan beberapa moment atau hari-hari penting seperti, hari ulang tahun perusahaan, seminar, pameran dan *open door day*. Perusahaan biasanya mengundang pihak media untuk melakukan sebuah liputan untuk kegiatan mereka. f) *Media Gathering*, kegiatan makan siang bersama pers. Kegiatan ini memungkinkan pers untuk lebih mengenal pihak perusahaan atau manajer PR, menjalin hubungan baik dan mengetahui perkembangan perusahaan. g) *Media monitoring* merupakan aktivitas pemantauan media guna melakukan evaluasi media relation yang dilakukan oleh pihak hubungan masyarakat. menurut (Amalia, 2022).

Media Komunikasi berhubungan dengan *Media Relation*. Melalui Media Komunikasi menjadi upaya yang dilakukan oleh pihak perusahaan dalam berkomunikasi dengan publik secara efisien. Melalui *Media Relations* bukan hanya dilakukan dengan menggunakan Media Massa saja, hal ini juga bisa dimanfaatkan untuk membantu memaksimalkan aktivitas lain seperti dilakukannya kegiatan *Investor Relations*, *Community Relations*, atau *Customer Relations*. Pada sisi lain, peran Media massa pada aktivitas *Media Relation* dalam suatu organisasi bukan hanya digunakan untuk menyampaikan informasi untuk publik saja, namun juga digunakan untuk mengikuti dan mendengarkan apa yang dikomunikasikan publik kepada perusahaan. Oleh karenanya, informasi yang datang dari publik untuk organisasi bukan hanya sekedar umpan balik (*Feedback*), melainkan sebuah harapan, keinginan dan aspirasi yang perlu di dengar oleh perusahaan. Penjelasan sederhana mengenai alur komunikasi dalam praktik *Media Relations* adalah sebagai berikut:



Gambar 3.3 Arus Komunikasi dalam *Media Relations*

Sumber: Buku “*Media Relations* Konsep Pendekatan dan Praktik DR. Yosol Iriantara

Melalui gambaran Arus Komunikasi dalam *Media Relations* diartikan bahwa setiap gagasan atau informasi yang disampaikan oleh pihak perusahaan kepada publik melalui media massa, kemudian publik dapat mengkomunikasikan harapan, keinginan dan aspirasi yang perlu di dengar oleh perusahaan. Fungsi kegiatan *Media Relations* sendiri kini berhubungan dengan fungsi PR secara umum. Yosol Iriantara mengemukakan bahwa fungsi PR sebagai berikut:

1. Mengevaluasi sikap publik terhadap suatu organisasi.
2. Mengidentifikasi kebijakan dan prosedur pribadi atau organisasi untuk kepentingan umum.
3. Melaksanakan rencana aksi untuk mendapatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat.

Ada banyak pilihan yang tersedia sebagai alat untuk melakukan aktivitas *Media Relations*. Bentuk-bentuk aktivitas *Media Relations* tersebut terdiri dari: *Press Conference*, *Press Release*, *Media Monitoring*, *Media Gathering* dan *Media Visit* (Sambo, 2019). Melalui aktivitas ini dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan menjalin hubungan baik dengan media massa agar perusahaan dapat memiliki kemudahan dalam mempublikasikan informasinya ke masyarakat luas. Melalui beberapa bentuk Aktivitas *Media Relations*, tentu pihak perusahaan PT Jasamarga Transjawa Tol mengaplikasikan beberapa bentuk aktivitas yakni, *Press*

Conference, Press Release dan Media Monitoring. Berikut penjabaran bentuk aktivitas *Media Relations* yang dilakukan oleh Pekerja magang selama menjalani praktik kerja magang.

a. Press Release

Press Release adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan guna mempublikasikan informasi lewat media menurut (Rafida, 2020). Pekerja magang bertugas untuk membuat *Press Release*. *Press Release* yang dibuat oleh Pekerja magang berkaitan dengan: 1) Program Tanggung Jawab Sosial dan lingkungan; 2) Penyesuaian Tarif Terintegrasi Jalan Tol Jakarta Cikampek dan Jalan Layang Mohamed Bin Zayed; 3) Peningkatan Keamanan Pengguna Jalan, PT JTT Lakukan Pemeliharaan Rutin Ruas Jalan Tol Jakarta-Cikampek.

Pembuatan *Press Release* ini dibuat dengan tujuan untuk mempublikasikan informasi kepada publik melalui media terkait aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Melalui Publikasi dari *Press Release* yang dilakukan, perusahaan dapat menginformasikan berbagai kejadian seputar jalan tol dan kegiatan yang dilakukan perusahaan. Penulisan *Press Release* perlu mempertimbangkan beberapa aspek seperti: menjelaskan tentang kejadian peristiwa, pokok informasi dan data pendukung. Penulisan *Press Release* perlu menggunakan format yang sesuai dengan standar penulisan yang efektif, format ini terdiri dari sebagai berikut:

1. Menentukan judul dan tema yang sesuai dengan informasi yang akan disampaikan. Untuk tahapan ini perusahaan JTT selalu menggunakan judul yang diangkat dalam pembuatan press release yang dapat menarik perhatian publik atau media. Salah satu judul press release yang dibuat berjudul “PT Jasamarga Transjawa Tol Bersama PT Jasamarga Jalanlayang Cikampek Salurkan 2.000 Paket Sembako di Jawa Barat”. Melalui judul yang diangkat dengan membawa kuantitas yang dihitung

akan dengan mudah membuat media dan publik tertarik untuk melihat informasi ini.

2. Membuat *Press Release* dengan berita yang informatif. Press Release yang publikasikan ke dalam media tidak hanya bertujuan untuk menciptakan citra baik tetapi perlu adanya informasi yang disampaikan untuk pembacanya (Broom, 2013). Dalam kata lain, informasi yang dibagikan perlu mengandung manfaat bagi audience. Salah satu release informatif yang disampaikan oleh perusahaan JTT ialah “Tingkatkan Layanan Dengan Menambah Lajur dan Emergency Parking Bay Mulai 9 Maret 2024 Diberlakukan Penyesuaian Tarif Integrasi Jalan Tol Jakarta-Cikampek dan Jalan Layang Mohamed Bin Zayed”. Melalui informasi ini secara langsung perusahaan telah membagikan berita yang informatif untuk para pengguna layanan jalan tol.
3. Pilih media yang sesuai. Dalam mempublikasikan suatu berita perlu memperhatikan Jenis Media yang sesuai dengan target perusahaan, dengan mempertimbangkan Pendengar, Pembaca. Kemudian Level Media seperti Lokal atau Nasional. Serta melihat Cakupan Media secara Geografis menurut (Armayanti, 2022) dalam buku Public Relation. Seperti release yang dibagikan oleh JTT cakupan geografis yang diutamakan ialah masyarakat yang berada di pulau jawa.



Gambar 3.4 Monitoring Media

Sumber: Data Olahan Laporan Magang (2024)

4. Menggunakan paragraf singkat, padat namun informasi mudah dipahami. Dalam pembuatan sebuah release perusahaan JTT menggunakan kaidah piramida terbalik seperti, Lead (paling penting), Body (penting), dan Leg (kurang penting).
5. Mempertimbangkan tanggal dan waktu pengiriman *release*. Peluncuran *release* juga menjadi salah satu aspek penting dalam mempublikasikan sebuah informasi. Dimana terdapat beberapa moment perusahaan JTT perlu memberikan informasi dan klarifikasi tentang suatu kejadian secara cepat, singkat dan informatif. Salah satunya pada beberapa peristiwa kecelakaan di jalan tol.



Gambar 3.5 Foto *Press Release* Program Tanggung Jawab Sosial dan lingkungan
Sumber: Data Olahan Laporan Magang (2024)

Press Release yang dibuat memerlukan beberapa kaidah yang diperlukan, Terdapat struktur dan kaidah yang jelas dalam pembuatannya, setidaknya mencakup judul, teras, dan isi (Badri, 2016). Kaidah pertama adalah judul (*head*) struktur ini memiliki tujuan untuk menegaskan sekaligus menjelaskan tentang kegiatan apa yang sedang dilakukan oleh pihak perusahaan, kemudian selanjutnya ialah tanggal guna menginformasikan kapan acara berlangsung, ketiga adalah teras (*lead*) yang

merupakan bagian pembuka berisikan gambaran singkat mengenai acara yang sedang berlangsung di perusahaan PT Jasamarga Transjawa Tol.

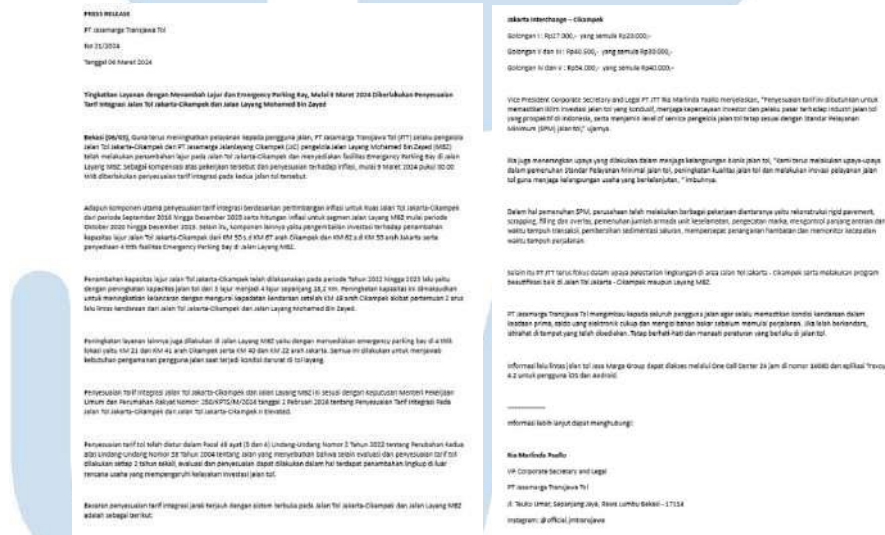
Selain itu, kaidah selanjutnya dalam pembuatan *Press Release* ialah isi (*body*) memuat penjelasan lengkap tentang (*What, Why, When, Where, Who, dan How*) dari acara yang dilakukan melalui metode 5W+1H, bagian ini berisi informasi tentang hal-hal yang sangat penting (Lynne Eagle, 2014). Seperti yang tertera dalam isi *Press Release Program Tanggung Jawab Sosial dan lingkungan* yang diselenggarakan oleh PT Jasamarga Transjawa Tol memiliki tujuan untuk menarik perhatian media atas beredarnya informasi tentang acara tersebut. Terakhir adalah *re-statement* yang berisikan informasi terkait keseluruhan informasi dalam *Press Release* serta ditutup dengan kontak pihak Perusahaan yang dapat dihubungi, dalam hal ini kontak yang dicantumkan adalah Vp Corporate Secretary and Legal PT Jasamarga Transjawa Tol.

Melalui penggunaan kaidah tersebut menjadi cara yang dapat digunakan dalam pembuatan *Press Release* supaya penulisan di dalamnya tidak membosankan dan mudah dipahami oleh *audiens*. Oleh karena itu, kegiatan yang dilakukan oleh Perusahaan PT Jasamarga Transjawa Tol sejalan dengan metode dan kaidah pembuatan *Press Release* guna untuk mempublikasikan berita perusahaan kepada khalayak luas. Aktivitas media yang dilakukan oleh pihak perusahaan Jasamarga Transjawa Tol dilakukan secara proaktif dan reaktif. Aktivitas media yang dilakukan secara proaktif dilakukan dengan tujuan dalam rencana jangka panjang. Sedangkan aktivitas media yang dilakukan secara reaktif merupakan respon yang diberikan oleh perusahaan pada peristiwa tidak terduga dan terjadi secara tiba-tiba (Wilson, 2022).

PT Jasamarga Transjawa Tol juga melakukan aktivitas media secara proaktif. Hal ini dapat dilihat dari rencana dan agenda kedepan yang akan dilakukan oleh pihak perusahaan. Melalui rencana dan agenda baru yang akan dilaksanakan oleh pihak perusahaan, memerlukan bantuan media

untuk mempublikasikan informasi kepada khalayak luas. Salah satu contoh aktivitas media secara proaktif yang dilakukan pihak perusahaan adalah agenda terkait Penyesuaian Kenaikan Tarif pada beberapa Ruas Gerbang Tol. Tentunya hal ini, merupakan rencana jangka panjang yang sudah dipersiapkan oleh pihak perusahaan secara matang.

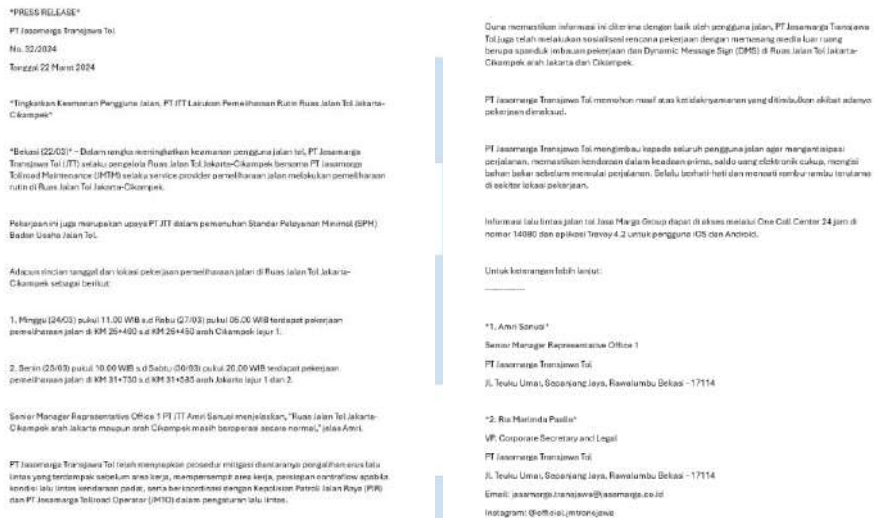
Sebagai perusahaan layanan jalan tol, sering terjadinya hal-hal yang tidak terduga. Situasi ini mengharuskan PT Jasamarga Transjawa Tol melakukan aktivitas media secara reaktif guna memberikan sebuah klarifikasi dan berita kepada masyarakat sekitar dan para pengguna jalan tol. Salah satu peristiwa, aktivitas media yang dilakukan secara reaktif seperti pempublikasian informasi terkait peristiwa kecelakaan yang terjadi di ruas jalan tol dan informasi terkait kondisi arus jalan tol pada saat hari-hari besar.



Gambar 3.6 Foto *Press Release* Penyesuaian Tarif Terintegrasi Jalan Tol Jakarta Cikampek dan Jalan Layang Mohamed Bin Zayed

Sumber: Data Olahan Laporan Magang (2024)





Gambar 3.7 Foto *Press Release* Tingkatkan Keamanan Pengguna Jalan, PT JTT Lakukan Pemeliharaan Rutin Ruas Jalan Tol Jakarta-Cikampek

Sumber: Data Olahan Laporan Magang (2024)

b. Monitoring Media

Media monitoring menurut (Amalia, 2022) merupakan aktivitas pemantauan media guna melakukan evaluasi *Media Relations* yang dilakukan oleh pihak hubungan masyarakat. Secara sederhana Monitoring Media memiliki arti, aktivitas yang dilakukan oleh pihak perusahaan khususnya hubungan masyarakat untuk mendapatkan informasi dan pembahasan yang sedang diperbincangkan terkait perusahaan yang disampaikan oleh masyarakat luas atau media. Aktivitas yang dilakukan melalui monitoring media ini tidak hanya membahas terkait analisis, tetapi tentang pengumpulan data serta berbagai kejadian hal-hal yang sedang diperdebatkan lewat respon masyarakat, agar perusahaan dapat mengantisipasi dampak yang akan terjadi di kemudian hari.

Pekerja magang bertugas untuk melakukan Monitoring media massa. Pada Media Monitoring ini dilakukan, disaat kondisi PT Jasamarga Transjawa Tol melakukan Penyesuaian Tarif Terintegrasi Jalan Tol Jakarta Cikampek dan Jalan Layang Mohamed Bin Zayed.

Melalui monitoring dapat diketahui berapa persentase respon yang diberikan oleh perusahaan melalui masyarakat sekitar lewat media massa dan media *online*. Selain itu, melalui aktivitas media monitoring ini perusahaan mengetahui seperti apa pandangan media dan informasi apa yang sedang diangkat dan dipublikasikan.

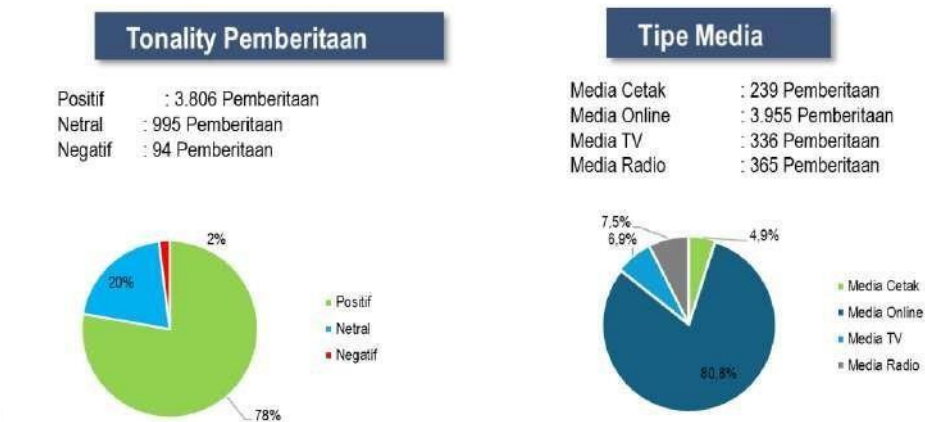


Gambar 3.8 Foto Hasil Diagram Monitoring Tipe Media Sosial

Sumber: Data Olahan Laporan Magang (2024)

Monitoring media ini dilakukan untuk melihat seberapa besar hasil pemberitaan dan respon masyarakat luas terkait informasi baru tentang Rencana Penyesuaian Kenaikan Tarif Tol. Monitoring media ini, digunakan untuk media sosial *official* yang dimiliki oleh PT Jasamarga Transjawa Tol. Hasil monitoring ini meliputi 1.046 pembicaraan yang dilakukan dalam media sosial *Instagram*, 107 pembicaraan yang dilakukan dalam media sosial *Facebook*, 7.614 pembicaraan yang dilakukan dalam media sosial X, 52 pembicaraan yang dilakukan dalam media sosial *Youtube*. Melalui hasil media monitoring di berbagai sosial media ini, menghasilkan beberapa respon yang disampaikan masyarakat meliputi respon *Positive* sebanyak 1.091, respon *Netral* sebanyak 7.591 dan respon *Negatif* sebanyak 137.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.9 Foto Hasil Diagram Monitoring Media

Sumber: Data Olahan Laporan Magang (2024)

	A	B	C	D
1	Monitoring berita tentang tol Jakarta Cikampek dan MBZ			
2	Tan Manca Perbaiki Sumbangan Jembatan di Tol MBZ Sumpal Februari 2024	14 Jan 2024	Republika	https://ekonomi.republika.co.id/berita/1788499/jasa-rupiah-perbaiki-sumbangan-jembatan-di-tol-mbz-sumpal-februari-2024
3	Awas Macet, Ade Perbaiki Jalan di Tol Jakarta-Cikampek Mulai Hari Ini	16 Jan 2024	Kompas.com	http://otomotif.kompas.com/read/2024/01/16/177346117/awas-macet-ada-perbaikan-jalan-di-tol-jakarta-cikampek-mulai-hari-ini
4	Catat, Jadwal Contrflow di Jalan Tol saat Libur Era Mirip dan Injak	1 Feb 2024	Kompas.com	https://otomotif.kompas.com/read/2024/02/01/177108815/catat-jadwal-contrflow-di-jalan-tol-saat-libur-era-mirip-dan-injak
5	Catat! Ada Pembatasan Angkutan Bering di Tol Jakarta saat Long Weekend	6 Feb 2024	Detik.com	https://www.detik.com/berita/d-7479319/catat-ada-pembatasan-angkutan-borneo-d-tol-jakarta-pat-long-weekend
6	Contrflow Kembali Ditunjang di KM 55-65 Tol Jakarta-Cikampek	24 Des 2024	CNN Indonesia	https://www.cnnindonesia.com/nasional/2023/12/24/02535-20-1041286/contrflow-kembali-ditunjang-di-km-55-65-tol-jakarta-cikampek
7	Kinerja Emisi Jalan Tol Bakal Terdong Penuh 2024, Simak Rekomendasi Analis	2 Feb 2024	Kotaku	https://www.kotaku.com/id/news/kinerja-emisi-jalan-tol-bakal-terdong-penuh-2024-simak-rekomendasi-analis
8	Tarif Tol Jakarta-Bandung Terbaru 2024 nantik Golongan I	25 Jan 2024	Tempo	https://travel.tempo.co/read/1825722/tarif-tol-jakarta-bandung-terbaru-2024-untaik-golongan-i
9	Kecelakaan Beruntun di Tol MBZ karena Mobil Lawan Arah Libakan 8 Mobil	9 September 2024	detik	https://news.detik.com/berita/d-6921964/kecelakaan-beruntun-di-tol-mbz-karena-mobil-lawan-arah-libakan-8-mobil
10	Kronologi Kecelakaan Beruntun Tol MBZ Diduga Disebabkan Anggorn TNI Lawan Aras	11 Sep 2024	Liputan 6	http://www.liputan6.com/news/read/5394350/kronologi-kecelakaan-beruntun-tol-mbz-di-luas-disebabkan-anggorn-tni-lawan-arah
11	Anggorn TNI yang Sebabkan Tabrakan Beruntun di Tol MBZ Disebut Syok Alasan Anggorn TNI Lawan Aras Masih Misteri	11 Sep	Kompas	https://metroliputan.kompas.com/read/2024/09/11/05000061-00piter-abadtrahak-anggorn-tni-yang-sebabkan-tabrakan-beruntun-di-tol

Gambar 3.10 Foto Monitoring Media

Sumber: Data Olahan Laporan Magang (2024)

Monitoring media ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat diagram tentang pemberitaan apa saja yang dipublikasikan oleh media tentang pemberitaan terkait Penyesuaian Kenaikan Tarif Tol. Melalui hasil diagram diatas, dapat disimpulkan hasil diagram pada periode Januari-Maret Total pemberitaan Positif yang dihasilkan sebanyak 3.806 Pemberitaan, untuk pemberitaan Netral dihasilkan sebanyak 995 Pemberitaan dan untuk pemberita Negatif sebanyak 94 Pemberitaan. Tipe media yang digunakan meliputi, Media Cetak, Media Online, Media Tv dan Media Radio. Melalui berbagai media yang digunakan, mencapai masing-masing hasil pemberitaan yang telah dipublikasikan, Media Cetak meliputi

239 Pemberitaan, Media Online 3.955 Pemberitaan, Media Tv sebanyak 336 Pemberitaan dan Media Radio terdiri dari 365 Pemberitaan.

Monitoring BERITA JTT				
NO	JUDUL BERITA	TANGGAL BERITA	MEDIA	SUMBER MEDIA
1	H-7 Lebaran 2023, Jasamarga Transjawa Tol Dapat 628 Ribu Kendaraan Menuju Jakarta	Senin, 01 Mei 2023	Kontan.co.id	https://industri.kontan.co.id/news/h-7-lebaran-2023-jasamarga-transjawa-tol-dapat-628-ribu-kendaraan-menuju-jakarta
2	Hingga Titik Nol III, Tol Trans-Jawa Dilintasi 1,1 Juta Kendaraan Per Hari	13 Oktober 2023	Kompas.com	https://www.kompas.com/properti/read/2023/10/13/233434221/hingga-titik-nol-iii-tol-trans-jawa-dilintasi-1-1-juta-kendaraan-per-hari
3	JSMR Divestasi 35% Saham Jasamarga Transjawa Tol, Cek Rekomendasi Analis (UPDATE)	Senin, 09 Oktober 2023	Kontan.co.id	https://investasi.kontan.co.id/news/jsmr-divestasi-35-saham-jasamarga-transjawa-tol-cek-rekomendasi-analis-update
4	H-7 Lebaran 2023, 56 Ribu Kendaraan Tinggalkan Jakarta	Minggu, 16 Apr 2023	detik.com	https://news.detik.com/berita/detik-7-lebaran-2023-56-ribu-kendaraan-tinggalkan-jakarta
5	Awal Macet, Gerbang Masuk Tol Cibatu dan Akses Keuar Tol Cipularang Diperbaiki	24 November 2023	liputan6	https://www.liputan6.com/bisnis/read/5464112/awal-macet-gerbang-masuk-tol-cibatu-dan-akses-keuar-tol-cipularang-diperbaiki?tag=2
6	Jasamarga Transjawa pastikan kesediaan layanan saat Nata-tahun baru	Jumat, 15 Desember 2023	antara news	https://www.antaranews.com/berita/3873102/jasamarga-transjawa-pastikan-ke-siapan-layanan-saat-nata-tahun-baru
7	Pelebaran Jalan Tol Jakarta-Cikampek Diharapkan Bisa Memecah Kepedatan di KM 85 saat Mudik	10 Apr 2023	tribun.news	https://www.tribunnews.com/bisnis/2023/04/10/pelebaran-jalan-tol-jakarta-cikampek-diharapkan-bisa-memecah-kepadatan-di-km-85-saat-mudik
8	Tahun Depan, Jalan Tol Jakarta-Cikampek Jalur A Bakal Diperlebar	20 Juni 2022	kompas.com	https://www.kompas.com/properti/read/2022/06/20/124500021/tahun-depan-jalan-tol-jakarta-cikampek-jalur-a-bakal-diperlebar
9	Mulai Sabtu 9 Maret, Tarif Integrasi Tol Japek dan MBZ Resmi Naik	6 Mar 2024	kompas.com	https://www.kompas.com/properti/read/2024/03/05/103000821/mulai-sabtu-9-maret-tarif-integrasi-tol-japek-dan-mbz-resmi-naik
10	ANAK USAHA JASAMARGA ANEBIL ALIH DAN BUYBACK RDPT MIEI		sekuntas sinemas	https://www.sinatrassekuantas.co.id/analisis-usaha-jasamarga-ambil-alih-dan-buyback-rdpt-miei
11	Jasamarga Transjawa Tol Menerima Tiga Sertifikasi ISO Tahun 2022	Selasa, 14 Maret 2023	kontan.co.id	https://industri.kontan.co.id/news/jasamarga-transjawa-tol-menerima-tiga-sertif-ikasi-iso-tahun-2022

Gambar 3.11 Foto Monitoring Media
Sumber: Data Olahan Laporan Magang (2024)

Melalui aktivitas monitoring media Pekerja magang juga melakukan penginputan data yang berkaitan dengan pemberitaan yang disampaikan oleh beberapa media terkait informasi yang berhubungan dengan perusahaan PT Jasamarga Transjawa Tol. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan kesesuaian informasi yang disampaikan media tentang informasi perusahaan tentang rencana penyesuaian kenaikan tarif tol. Melalui tugas ini, pemegang melakukan pembuatan media monitoring ini dibuat dalam sebuah google sheet untuk mempermudah proses pengecekan secara berkala. Dalam hal ini, Perusahaan PT Jasamarga Transjawa Tol melakukan media monitoring untuk mencapai *objectives*-nya guna untuk menjamin agar berita terkait peristiwa yang sedang berlangsung diketahui secara luas oleh masyarakat dan mengetahui reaksi khalayak terhadap berita yang disiarkan. (Fauziyyah, 2022).

2. Mengelola *Event*

Special event adalah kegiatan yang dibuat khusus untuk berbagai program PR suatu perusahaan (Mila, n.d.). Tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk mendukung kegiatan manajemen untuk mencapai tujuan organisasi, menumbuhkan citra positif, memperoleh kepercayaan masyarakat, dan mencapai tujuan dan kebaikan bersama (Lahardi, R. K., & Shofiya, 2023). Berdasarkan uraian menurut para ahli mengenai *Special Event*, dapat disimpulkan bahwa *Special Event* merupakan kegiatan yang diciptakan dan dibangun oleh perusahaan atau organisasi di partisipasikan oleh sekelompok orang dengan tujuan yang dimiliki pada hari-hari penting (Nabila, J. D., & Wijaksono, 2021). Hal ini bertujuan untuk menunjang agar perusahaan masih dapat melakukan interaksi dengan masyarakat atau publik secara meluas. Dalam *Special Event* terdapat beberapa tahap yang harus dipersiapkan untuk mencapai kegiatan yang diharapkan, tahapan itu meliputi Pra Acara *research, design dan planning*, Pelaksanaan Acara *coordination*, dan Pasca Acara *evaluation*. Menurut (Wijaya, 2023) dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Event*, mengatakan terdapat beberapa tahapan dalam perencanaan sebuah event sebagai berikut:

1. Diskusi melakukan brainstorming. Pada tahapan ini merupakan bagian dari pra event dimana pihak perusahaan akan mulai mendiskusikan acara apa yang akan dilaksanakan. Biasanya pada tahap ini, perusahaan JTT akan dilakukannya pencarian vendor untuk membantu dalam pelaksanaan acara. Hal ini tentu akan membantu pihak perusahaan untuk menggelar acara secara terperinci. Bekerja sama dengan vendor akan dilakukan untuk acara-acara besar seperti HUT JTT.
2. Membuat konsep event. Untuk tahapan kedua dari pra event pihak JTT akan mulai mendiskusikan konsep acara seperti apa yang akan dihadirkan. Tahapan ini tentu akan dilakukannya diskusi dengan pihak internal

perusahaan serta pihak vendor dalam kerjasamanya untuk mendapatkan konsep yang sesuai.

3. Menentukan misi, tujuan dan target. Pada tahap ini tentunya pihak JTT akan melakukan penentuan tujuan seperti apa dengan diadakannya acara yang akan digelar. Pihak perusahaan akan mulai menargetkan tujuan digelarnya acara dengan menggunakan konsep 5W 1H. Seperti siapa saja pihak yang akan terlibat dalam acara ini, mengapa acara ini perlu dilakukan, seperti apa bentuk acara yang akan dilangsungkan, kapan acara ini akan dilaksanakan dan dimana lokasi pembuatan acara ini. Pada tahap ini perusahaan JTT tentu melakukan diskusi oleh beberapa pihak internal perusahaan.
4. Mendetailkan konsep acara. Pada tahap ini, merupakan tahap akhir dari pra event. Dengan melakukan diskusi akhir sebelum dilakukannya pelaksanaan acara. Biasanya perusahaan akan melakukan penentuan final terkait persiapan acara dan konsep serta keuangan yang akan dihabiskan untuk membuat acara.
5. Implementasi, untuk tahapan ini merupakan tahapan dilaksanakan acara berlangsung. Dimana pihak divisi Corporate Secretary (Marcomm) akan melakukan monitoring pada setiap jalannya acara, serta menyiapkan beberapa rencana cadangan untuk mengantisipasi kejadian yang tidak terduga. Pada beberapa moment disaat berlangsungnya acara terdapat beberapa *Miss Communication* yang terjadi hal ini tentu akan mengakibatkan masalah dan kejadian yang tidak terduga. Seperti dalam moment pemantauan mudik lebaran 2024. Terdapat kesalahan informasi tentang berapa banyak media yang akan datang untuk meliput gerbang tol. Hal ini tentu mengakibatkan kekeliruan pada pihak internal perusahaan terkait persiapan yang kurang.
6. Evaluasi. Pada tahapan ini menjadi tahapan pasca event atau tahapan terakhir dalam pembuatan event, dilakukannya pembuatan laporan bagaimana kesimpulan acara yang sudah dilaksanakan. Pada tahapan ini

perusahaan JTT tidak melakukan evaluasi acara dimana dapat mengakibatkan *miss communication* pada beberapa acara yang bisa terjadi di masa yang akan datang. Hal ini terjadi karena, ada banyaknya kegiatan yang dilakukan membuat divisi Corporate Secretary (Marcomm) tidak menjalankan tahapan evaluasi dalam pembuatan acara.



Gambar 3.12 Foto Kegiatan Piket Tanggal Merah Hari Natal

Sumber: Data Olahan Laporan Magang (2024)

Selama melaksanakan kerja magang, Pekerja magang berkontribusi dalam beberapa kegiatan yang dilakukan oleh PT Jasamarga Transjawa Tol, ikut andil dalam kegiatan monitoring arus ruas jalan tol dalam acara “*Piket di Pos Pantau Kantor Gerbang Tol Cikampek Utama*” yang dilakukan saat hari libur Cuti Imlek. Melalui aktivitas ini, Pekerja magang ditugaskan untuk melakukan monitoring kondisi lalu lintas kendaraan di Gerbang Tol Cikampek Utama secara langsung. Informasi ini dipublikasikan secara langsung melalui akun resmi milik PT Jasamarga Transjawa Tol, guna menyampaikan dan mempublikasikannya kepada pengguna jalan tol dan masyarakat luas.



Gambar 3.13 Foto Interview media bersama kementerian PMK

Sumber: Data Olahan Laporan Magang (2024)

Pekerja magang juga berkesempatan untuk mengikuti acara yang diselenggarakan oleh PT Jasamarga Transjawa Tol terkait penyampain informasi arus mudik 2024 melalui acara “*Penyaluran informasi arus mudik 2024 bersama Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia (Kemenko PMK)*”. Melalui acara ini Pekerja magang bertugas untuk mengkoordinasikan informasi terkait acara yang diselenggarakan dengan pihak kementerian. Selain itu, ikut berkontribusi dalam kelancaraan acara dengan menyiapkan beberapa keperluan teknis seperti materi presentasi. Secara langsung Pekerja magang juga mengikuti aktivitas media yang dilakukan antara pihak Jasamarga Transjawa Tol dalam acara tersebut bersama dengan kementerian PMK dalam rangka sesi interview dengan media TV One.



Gambar 3.14 Foto Acara Pembagian Sembako (TJSL)

Sumber: Data Olahan Laporan Magang (2024)

Acara lain yang dilakukan oleh Pekerja magang dalam periode magang. Tugas yang dilakukan meliputi menyediakan dan menyiapkan keperluan acara sebelum dan sedang diselenggarakannya acara seperti persiapan undangan untuk narasumber, pembuatan kata sambutan dan narasi untuk moderator serta membuat *rundown* untuk kepentingan jalannya acara. Beberapa kegiatan *event* yang dilakukan dalam masa program kerja magang meliputi acara kegiatan “*Program Tanggung Jawab Sosial dan lingkungan*”. Selama proses berjalannya acara “*Program Tanggung Jawab Sosial dan lingkungan*”, Pekerja magang melakukan wawancara interview dengan salah satu penerima bantuan sembako dan juga melakukan notulensi selama berjalannya acara yang dilakukan oleh PT Jasamarga Transjawa Tol untuk kebutuhan pembuatan *Press Release*.

3. Pembuatan *Annual Report*

Annual report merupakan buku laporan tahunan yang dimiliki oleh perusahaan dengan mencakup informasi terkait aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan selama satu tahun terakhir (Lubis, A. A., Imran, M., Khopipah, S., & Aryani, 2022). Buku laporan tahunan bertujuan untuk dipublikasikan kepada para *stakeholders* seperti pemegang saham perusahaan, publik internal. *Annual report* terdiri dari beberapa informasi yang berhubungan dengan perkembangan dan capaian yang sudah diraih

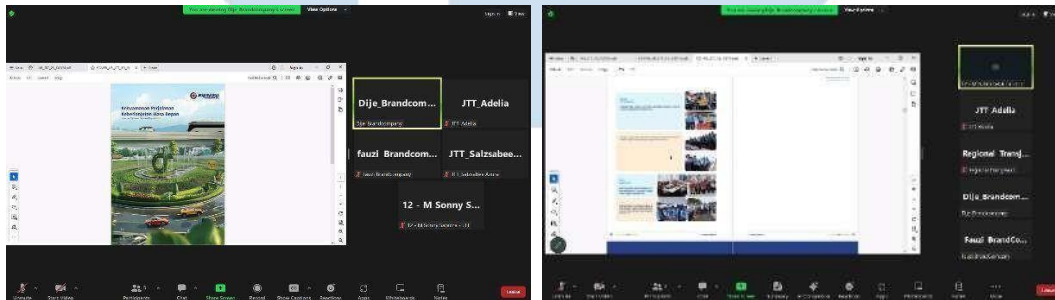
oleh perusahaan di setiap tahunnya selain itu memberikan informasi terkait kondisi keuangan yang dimiliki oleh perusahaan guna laporan yang dibutuhkan oleh pemegang saham. *Annual Report* perlu dibuat dan dikemas sedemikian rupa supaya bisa menarik untuk dibaca oleh semua kalangan.

Melalui *Annual Report*, hal ini menjadi salah satu *strategi* yang bisa dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan strategi dalam upaya peningkatan citra positif dan reputasi perusahaan setiap tahunnya. Pembuatan *Annual Report* menjadi salah satu metode yang dilakukan untuk dapat menyampaikan identitas perusahaan dengan kompetitor yang ada. Seperti laporan perusahaan, yang biasanya terkesan penulisan dan konsep yang formal, penuh dengan metrik, angka, dan penjelasan, laporan tahunan telah berkembang dari waktu ke waktu menjadi penuh gaya, menarik perhatian, *design* yang unik, dan didukung oleh tema yang menginspirasi. *Annual Report* merupakan alat untuk memperoleh informasi mengenai kondisi keuangan dan kinerja operasional suatu perusahaan. Melalui penjelasan buku *Annual Report* yang dimiliki setiap perusahaan, akan menjadi salah satu pedoman yang dilihat oleh pihak eksternal dalam melakukan rencana kerja sama dikemudian hari.

Selama melaksanakan kerja magang, Pekerja magang ditugaskan untuk ikut berkontribusi dalam pembuatan buku tahunan 2023 *Annual Report* PT Jasamarga Transjawa Toll Tugas yang dilakukan meliputi review materi, berkoordinasi dengan beberapa divisi untuk mengkomunikasikan materi laporan untuk disajikan dalam buku tahunan 2023, divisi meliputi seperti department Human Capital Risk, Operasional Management, Finance, Legal, *Marketing Communication* dan *Informasi Teknologi*. Selain berkoordinasi dengan berbagai department Pekerja magang juga secara langsung ikut andil melakukan meeting zoom bersama *vendor* dengan membuat buku tahunan 2023 guna *mereview desain* dan konsep yang akan disajikan untuk *Annual Report* 2023.



Gambar 3.15 Foto *Annual Report* Buku Tahun 2023
 Sumber: Data Olahan Laporan Magang (2024)



Gambar 3.16 Foto Rapat Zoom
 Sumber: Data Olahan Laporan Magang (2024)

Berikut aktivitas *meeting zoom* bersama vendor untuk membahas terkait konsep dan *design* yang akan digunakan untuk pembuatan *Annual Report* Buku Tahun 2023. Melalui aktivitas *meeting zoom* ini, bukan hanya membahas terkait konsep yang akan dibangun dalam *Annual Report*, melainkan juga mendiskusikan terkait isi informasi yang akan dibuat dalam buku *Annual Report* bersama dengan berbagai department yang ada di perusahaan PT Jasamarga Transjawa Tol.

3.2.2 Kendala yang Ditemukan

Dalam melakukan kegiatan kerja magang yang dilakukan oleh peserta magang, secara keseluruhan aktivitas yang dijalankan berjalan dengan baik. Walaupun terdapat beberapa kendala yang dirasakan seperti:

1. Kurangnya materi terkait pembahasan yang berhubungan dengan bagaimana cara penyusunan dan metode dalam pembuatan *Annual Report* untuk *Investor*.
2. Kurangnya koordinasi kerja terkait prosedur dalam menyelesaikan tugas pembuatan *Press Release* sehingga beberapa kali sulit memahami tugas yang diberikan terkait informasi yang dibutuhkan.

3.2.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Melalui kendala yang dirasakan oleh peserta magang dalam proses aktivitas kerja magang, tentunya terdapat solusi yang didapatkan oleh pemegang untuk mengatasi kendala tersebut seperti:

1. Pekerja magang berusaha mempelajari dan meminta bantuan kepada supervisor untuk menjelaskan bagaimana cara kerja yang dilakukan dalam proses pembuatan *Annual Report*.
2. Pekerja magang berusaha untuk mencari tahu melalui *internet* kemudian berdiskusi kepada supervisor untuk mengkonfirmasi terkait pembuatan *Press Release* yang dibutuhkan oleh pihak perusahaan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

