

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi yang baik dapat dilihat dari tercapainya maksud dan tujuan yang sesuai dengan apa yang diharapkan dari komunikasi tersebut. Pentingnya komunikasi di sebuah perusahaan, maka diperlukan divisi khusus yang mengelola komunikasi dan informasi antara perusahaan dengan publik, baik internal maupun eksternal. Dengan adanya kegiatan *Public Relations* yang berkaitan dengan membangun hubungan yang baik dengan publiknya serta berkaitan dengan reputasi atau citra dari perusahaan.

Dalam sebuah perusahaan dibutuhkan seorang *Public Relations* untuk membentuk citra positif dan mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Dalam hal itu kegiatan dari *Public Relations* adalah salah satunya bekerja untuk memonitoring berbagai pemberitaan mengenai perusahaan. Tumbuh kembangnya suatu organisasi atau perusahaan tergantung bagaimana sistem kerja *Public Relations* pada organisasi atau perusahaan tersebut, karena untuk mencapai suatu citra yang baik dan menggapai hubungan yang baik dengan publik dan media.

PT Angkasa Pura II (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang usaha pelayanan jasa kebandarudaraan dan pelayanan jasa terkait bandar udara di wilayah Indonesia Barat. PT Angkasa Pura

II telah mendapatkan kepercayaan dari Pemerintah Republik Indonesia untuk mengelola dan mengupayakan perusahaan Pelabuhan Udara Jakarta Cengkareng yang kini berubah nama menjadi Bandara Internasional Soekarno-Hatta serta Bandara Halim Perdanakusuma sejak 13 Agustus 1984.

Berkaitan dengan tugas pokok ini, PT Angkasa Pura II dicitrakan sebagai perusahaan milik negara yang memiliki citra yang cukup baik dengan menunjukkan kemajuan dan peningkatan dalam bisnis jasa kebandarudaraan melalui penamabahan sarana prasarana dan peningkatan kualitas pelayanan pada bandara yang dikelolanya. PT Angkasa Pura II juga terus berupaya untuk mengoptimalkan produk dan layanan jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan dan kepercayaan masyarakat dengan kinerja yang terbaik.

Atas dasar untuk merespon citra Angkasa Pura II ini, PT Angkasa Pura II membentuk divisi, yaitu Divisi *Corporate Secretary and Legal* dan didalamnya terdapat unit *Public Relation manager* dengan tugas pokok menjaga citra perusahaan dengan membangun hubungan baik dengan publik dan media. Unit *public relations* pada PT Angkasa Pura II juga bertugas mengatur kegiatan-kegiatan yang ada pada perusahaan baik internal atau eksternal.

Tiap bagian dari *Public Relation Manager* PT Angkasa Pura II memiliki tugas yang berbeda namun dengan tujuan akhir yang sama yaitu untuk membangun hubungan yang baik dengan publik dan media yang terkait. *Public Relations Manager* yang bertugas menyampaikan informasi serta membangun kerja sama dalam rangka pembentukan opini positif dihadapan publik. Peran *Public Relations*

di PT Angkasa Pura II sebagai *channel of information* (saluran informasi) dan *source of information* (sumber informasi) bagi kalangan internal maupun eksternal. Salah satunya seperti media *online monitoring* sebagai laporan mengenai citra perusahaan di masyarakat.

Unit *Public Relations* PT Angkasa Pura II memberikan pelayanan yang terbaik untuk membangun citra perusahaan dengan kegiatan memonitoring pemberitaan tentang perusahaan baik itu positif atau negatif. Dari kegiatan *Public Relations* PT Angkasa Pura II itulah terdapat penyaringan berita mengenai perusahaan perlu atau tidaknya berita tersebut ditindaklanjuti serta menilai merekap kegiatan media *online monitoring* mengenai pemberitaan tersebut berdampak baik bagi perusahaan atau tidak.

Penulis berkesempatan untuk melakukan kuliah kerja praktek di kantor pusat PT Angkasa Pura II Divisi *Corporate Secretary and Legal*, unit *Public Relations Manager*. Alasan penulis memilih melakukan kuliah kerja praktek di PT Angkasa Pura II karena perusahaan PT Angkasa Pura II adalah perusahaan yang cukup besar serta memiliki citra perusahaan yang sangat baik di masyarakat dan pastinya dibalik pembentukan citra bagi perusahaan adalah tugas dari *Public Relation*, penulis berpikiran bahwa untuk mencapai citra yang baik bagi perusahaan membutuhkan strategi *Public Relations* yang baik juga.

Penulis memilih menjadi bagian di unit *Public Relations* PT Angkasa Pura II karena sesuai dengan konsentrasi jurusan penulis yaitu *Public Relations* atau Humas. Selama disana penulis bertugas dan bertanggung jawab untuk memantau dan membantu kegiatan dari *Public Relations* perusahaan PT Angkasa Pura II.

Berdasarkan latar belakang ini maka disusun laporan berjudul; “**AKTIVITAS MEDIA ONLINE MONITORING SEBAGAI SALAH SATU KEGIATAN PUBLIC RELATION DI PT ANGKASA PURA II (PERSERO)**”.

1.2 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan laporan kuliah kerja praktek ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan proses kerja *Public Relations* PT Angkasa Pura II.
2. Untuk mengetahui kegiatan media *monitoring Public Relation* di PT Angkasa Pura II.
3. Untuk memberikan pengalaman praktek kerja secara langsung dalam menjadi seorang *Public Relations*.

1.3 Manfaat Penulisan

1.3.1 Manfaat Teoretis

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan masukan dan menambah wawasan ilmu komunikasi kepada pembaca mengenai bagaimana upaya unit *Public Relations* dalam melakukan kegiatan-kegiatan dari *Public Relations* disebuah perusahaan

1.3.2 Manfaat Praktis

1. Dengan telah melakukan Kuliah Kerja Praktek ini memberikan pengalaman serta gambaran kepada penulis untuk bekerja sebagai *Public Relations* di sebuah perusahaan.

1.4 Tempat dan Waktu Pelaksana

Tempat : PT. Angkasa Pura II (Persero), Divisi *Corporate Secretary and Legal, Corporate Communication, Unit Public Relations.*

Bandara Internasional Soekarno Hatta, Gedung 600, Tangerang.

Waktu : 01 Agustus – 31 Agustus 2017.

Jam Kerja : Masuk pukul 07.30 WIB

Keluar pukul 16.30 WIB