

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN MAGANG**

#### **3.1 BIDANG MAGANG**

PT Pembangunan Jaya Raya yang menaungi PB Jaya Raya merupakan sebuah instansi atau bergerak pada bidang klub bulu tangkis Indonesia yang memiliki segudang prestasi dan atlet bulu tangkis ternama Indonesia, dimana pada klub ini membina atlet bulu tangkis mulai dari sektor pemula hingga dewasa. Dalam setiap perusahaan tentunya membutuhkan divisi Humas, Media dan Promosi untuk memberikan informasi, membangun *image* dan *branding* untuk perusahaan serta atlet PB Jaya Raya. Tidak hanya di perusahaan formal saja yang memiliki divisi kehumasan, tetapi klub bulu tangkis juga harus memiliki divisi ini. Praktikan diterima untuk menjalankan magang di PB Jaya Raya dengan diminta fokus kepada platform sosial media yang dimiliki PB Jaya Raya seperti Instagram, Website, WhatsApp, TikTok, dan YouTube. Bidang pekerjaan yang ada di dalam divisi Humas, Media dan Promosi ini sesuai dengan minor yang praktikan ampuh di perkuliahan yaitu Public Relations.

Dalam divisi Humas, Media dan Promosi praktikan dapat dikatakan mengerjakan beberapa hal yang cukup erat dengan public relations, namun juga berdampingan dengan kegiatan marketing atau promosi. Hal ini dikarenakan kami para staff juga diminta untuk bekerjasama dengan pihak-pihak yang sudah menetapkan kontrak kerjasama, seperti Yonex Sunrise. Kami bekerjasama dalam pembuatan konten sebagai *barter value*.

Sesuai dengan pekerjaan yang dijalani, tidak luput dari mata kuliah yang praktikan konversikan yaitu Kerja Profesi, Seminar Komunikasi, Manajemen Hubungan Media Massa, Manajemen Krisis, dan Hukum & Etika Profesi Hubungan Masyarakat. Seluruh mata kuliah tersebut dapat di implementasikan ke pekerjaan magang praktikan selama di PB Jaya Raya terutama pada divisi Humas, Media dan Promosi. Seluruh materi atau konsep yang didapatkan di perkuliahan dapat dijadikan acuan dalam setiap pekerjaan.

Dari pekerjaan yang dilakukan dalam divisi Humas, Media dan Promosi ini adapun yang sesuai dengan fungsi dan tugas seorang praktisi public relations yaitu menulis, membuat press release, publikasi, . Menurut Cutlip dan Broom dalam buku *Effective Public Relations*, Public Relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan dengan baik dan bermanfaat antara organisasi atau publik yang mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan organisasi tersebut. Dalam mata kuliah Kerja Profesi, praktikan mendapatkan pengetahuan, pengalaman, dalam dunia kerja serta mendapatkan gambaran dunia pekerjaan khususnya pada bidang *public relations* di klub bulu tangkis Indonesia. Setiap pekerjaan tentu memerlukan data dan mencari tahu terkait fenomena yang ada di media sosial untuk mendapat perhatian publik (*insight*) yang sangat erat kaitannya dengan mata kuliah seminar komunikasi yang dikonversikan oleh praktikan.

Sebagai seorang public relations, baik itu terutama pada platform sosial media tentu harus memiliki kode etik dan mengetahui etika yang harus dipatuhi oleh seorang public relations dalam sebuah perusahaan. Kode etik harus digunakan sebagaimana mustinya sesuai dengan situasi dan kondisi yang sedang dijalankan hal ini selaras dengan mata kuliah yang dikonversikan oleh praktikan yaitu Hukum dan Etika Profesi Hubungan Masyarakat. Setiap pertandingan yang ada di PB Jaya Raya, membutuhkan koordinasi dan kerjasama antara media untuk kebutuhan publikasi secara luas dan mempromosikan PB Jaya Raya kepada publik, oleh karena itu pekerjaan tersebut sangat berkaitan dengan mata kuliah Manajemen Hubungan Media Massa.

### **3.1.1 Kerja Profesi**

Pada bidang magang yang ada di divisi Humas, Media dan Promosi yang praktikan jalani ini, praktikan menjadi lebih mengetahui dan memahami bagaimana bekerja di perusahaan yang bergerak di cabang olahraga terutama dari sektor bulu tangkis. Serta, praktikan juga turut mendapatkan pengalaman bekerja dalam kegiatan humas khususnya humas *online* yang sangat erat hubungannya dengan media. Pada umumnya, di perkuliahan banyak materi dan konsep yang

diberikan sangat minim dengan dunia bekerja. Lebih tepatnya, jika diperkuliahan kita mendapatkan *basic* atau dasarnya saja sementara bekerja di lapangan adalah penerapan dari dasar-dasar tersebut. Menurut Barlian dalam (Winarta, 2017) mengatakan bahwa Magang adalah sebuah pembekalan dan menyerap ilmu pekerjaan dari seniornya dan diawasi oleh pakar atau ahlinya. Saat melaksanakan magang, praktikan diawasi oleh senior yang sudah ahli atau mahir dalam pekerjaan ini terutama pada bidang olahraga. Praktikan dapat mengetahui bagaimana divisi Humas, Media dan Promosi di PB Jaya Raya bekerja dan menyampaikan informasi kepada publiknya melalui media sosial yang dimiliki dan dikelola sendiri (*owned media*). Kerja Profesi atau KP adalah salah satu mata kuliah wajib bagi mahasiswa/i semester 6 – 7. Dalam pelaksanaan magang mahasiswa/i dapat memperoleh keuntungan yang cukup banyak, termasuk jika mahasiswa/i di tempat magang memberikan dampak positif dan memiliki kualitas bekerja yang baik, maka perusahaan tempat mereka magang tidak akan segan untuk memberikan posisi untuk mahasiswa/i ketika sudah sarjana di tempat magang nya tersebut.

Oleh karena itu, saat menjalankan kegiatan magang ini, mahasiswa/i harus menunjukkan kinerja yang baik agar saat lulus tidak terlalu sulit mencari tempat untuk bekerja. Berikut ini adalah beberapa capaian pembelajaran dari mata kuliah Kerja Profesi yang ada pada Universitas:

#### **A. Meningkatkan Pengetahuan, Pengalaman, Keterampilan Dalam Dunia Kerja Sesuai Dengan Minor Public Relations**

Untuk meningkatkan pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan dalam dunia kerja sesuai dengan program studi yang praktikan ambil selama di perkuliahan yaitu, Public Relations, praktikan harus terlebih dahulu terjun ke lapangan pekerjaan yang sesuai dengan program studi praktikan untuk mengetahui dan mengimplementasikan dasar-dasar dan materi yang sudah didapat selama perkuliahan berlangsung. Selama melaksanakan magang MBKM di PB Jaya Raya, praktikan dapat mengetahui dan mendapatkan

pengalaman baru terutama untuk bekerja di perusahaan atau instansi yang bergerak di bidang olahraga khususnya bulu tangkis.

Sebelumnya, di perkuliahan praktikan selalu mendapatkan teori atau praktik yang menggambarkan sebuah perusahaan brand atau instansi besar yang bukan bergerak di bidang olahraga. Sehingga dapat praktikan katakan, pelaksanaan magang di PB Jaya Raya ini merupakan sebuah pengalaman baru dan keterampilan baru untuk bekerja di ranah public relation tetapi dalam perusahaan bulu tangkis.

### **B. Mendapatkan Gambaran Dunia Kerja**

Selain mendapatkan pengalaman, ilmu, dan keterampilan yang berkaitan dengan program studi praktikan. Praktikan juga mendapatkan gambaran dunia kerja khususnya pada perusahaan yang bergerak di bidang olahraga ini. Setelah praktikan melakukan magang selama 6 bulan penuh, praktikan dapat mengetahui bagaimana mengolah konten untuk perusahaan bulu tangkis yang membutuhkan kinerja yang cukup dan kecepatan untuk mengupdate kegiatan yang ada di PB Jaya Raya.

Praktikan juga mendapatkan gambaran sebuah perusahaan atau organisasi melakukan pekerjaannya masing-masing sesuai dengan job desknya. Kerjasama antar divisi di perusahaan sangatlah berpengaruh besar terhadap kesuksesan dan pencapaian target perusahaan.

### **C. Membina dan Meningkatkan Kerjasama Antara Universitas Dengan Instansi**

Berperilaku baik dan membawa dampak positif bagi perusahaan merupakan salah satu cara bagi mahasiswa/i untuk membantu universitas dalam membina dan meningkatkan kerjasama antara universitas dengan instansi atau perusahaan tempat melaksanakan magang. Dengan begitu, universitas ketika sedang menjalankan program kerja profesi atau MBKM dapat dengan mudah memasukkan mahasiswanya ke perusahaan tersebut. Serta, nama universitas juga dikenal baik oleh perusahaan.

Selama praktikan melaksanakan magang di PB Jaya Raya, praktikan tidak membawa atas nama diri sendiri saja tetapi juga membawa nama universitas. Hal ini juga memberikan dampak yang baik untuk adik tingkat yang nantinya akan melaksanakan program kerja profesi atau MBKM di perusahaan yang bekerjasama dengan universitas atau instansi.

### **3.1.2 Seminar Komunikasi**

Dalam sebuah pekerjaan tidak jauh juga dengan mencari data dan mengumpulkan data untuk kebutuhan pekerjaan. Walaupun bukan dalam ranah penelitian komunikasi, tetapi data yang dikumpulkan dalam pekerjaan dapat menjadi acuan praktikan dan tim untuk mendapatkan audiens, serta pihak yang dapat diminta untuk bekerjasama agar dapat mencapai goals atau tujuan perusahaan. Data-data dikumpulkan untuk mengetahui konten apa yang akan dibuat, platform media sosial yang akan digunakan untuk konten tersebut, perusahaan yang cocok memberikan sponsor kepada PB Jaya Raya, dan juga bagaimana memperkenalkan para atlet ke publik dan sebagainya. Adapun beberapa capaian pembelajaran dari mata kuliah Seminar Komunikasi yang ada di Universitas Pembangunan Jaya :

#### **A. Prinsip dan etika dalam penelitian**

Dalam sebuah pekerjaan juga erat kaitannya dengan penelitian. Tentu, penelitian yang dilakukan juga berbeda dengan penelitian yang dibuat saat di masa perkuliahan. Prinsip dan etika tidak hanya dimiliki dalam kehidupan, tetapi pada penelitian juga terdapat keduanya. Menurut Prof. Dr. Muchtan Sujatno dalam bukunya, bahwa ada 4 prinsip dasar etika dalam penelitian jika subjek yang diteliti adalah manusia yaitu memberikan rasa hormat (*respect*), memberikan manfaat, tidak membahayakan, dan menciptakan keadilan.

Umumnya penelitian yang dilakukan dalam bidang pekerjaan untuk melakukan riset bagi kemajuan perusahaan dan pengembangan kinerja atau menyusun strategi perusahaan agar mencapai target yang diinginkan. Seseorang jika mencari data, tentu membutuhkan bantuan seseorang oleh

karena itu sebagai peneliti harus memiliki sikap dan perilaku yang etis untuk mendapatkan bantuan.

## **B. Merumuskan masalah dan menyusun kerangka penelitian**

Setelah mendapatkan apa yang mau diteliti atau menemukan fenomena, peneliti dapat merumuskan masalah dengan membuat beberapa daftar pertanyaan. Walaupun hanya 2-3 pertanyaan, namun bagian ini sangat penting dan berperan banyak dalam berjalannya sebuah penelitian. Jika tidak dibuat rumusan masalah, maka apa yang akan peneliti cari dan temukan dalam penelitiannya tersebut.

Sugiyono (2015) dalam penelitian mengatakan bahwa rumusan masalah adalah hal yang berbeda dengan masalah. Jikalau masalah adalah kesenjangan atau kesalahan sedangkan rumusan masalah adalah pernyataan yang akan dicari jawabannya dengan penelitian tersebut. Selain rumusan masalah, juga terdapat kerangka penelitian yang berguna untuk melihat inti penelitian tersebut yang akan dicari.

### **3.1.3 Manajemen Hubungan Media Massa**

Berdasarkan output dari mata kuliah Manajemen Hubungan Media Massa yang terpapar di materi adalah membuat press conference dan membuat media humas digital. Seiring berkembangnya zaman dan alat komunikasi, saat ini media tidak hanya sekedar media massa saja tetapi sudah merambah ke media digital. Dimana seluruh informasi bisa didapatkan hanya dalam hitungan menit bahkan detik. Informasi yang tersebar pun sangat beragam dari mulai menyebarkan fakta yang sebenarnya terjadi hingga berita bohong (hoaks). Hal ini yang harus kita hindari agar informasi yang kita serap bukanlah berita bohong. Media massa dan media digital saat ini sangat membantu sebuah perusahaan ketika ingin membangun citra perusahaan, menyebarkan informasi terkait perusahaan, promosi, dan lain-lain. Bahkan, karena perkembangan zaman dan teknologi kegiatan humas atau public relation saat ini terbagi menjadi 2 yaitu *public relation*

dan *public relation online* atau *humas online*. Berikut ini konsep atau materi yang berkaitan dengan pekerjaan praktikan selama melakukan kegiatan magang :

#### **A. Mengelola Strategi Konten, Platform, dan Strategi Media**

Sebagai seorang public relations, tentu pekerjaannya akan berkaitan erat dengan media, baik itu media sosial (media digital), maupun media massa. Ketika membuat konten tidak asal membuat konten, terutama *branding* atau *image* perusahaan yang sudah dikenal masyarakat luas hal ini guna untuk tetap menjaga nama baik atau citra perusahaan tersebut. Dalam dunia Public Relations terdapat beberapa 4 pembagian media, yaitu *Paid Media* (berbayar), *Owned Media* (media dipegang penuh oleh perusahaan), *Earned Media* (Didapatkan dari publik di media sosial), dan *Shared Media* (gabungan dari seluruh media).

#### **B. Bekerjasama dengan Jurnalis dan Influencer**

Bekerjasama dengan jurnalis dan influencer saat ini adalah kesempatan terbesar yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menaikkan brand atau *awareness* masyarakat terhadap perusahaan ataupun kegiatan perusahaan. Saat ini seluruh publik atau khalayak dapat mendapatkan informasi dari berbagai platform sosial media seperti Instagram, Facebook, Blog, dan jurnalis. Namun, beberapa praktisi PR dan perusahaan lebih memilih untuk menggunakan influencer untuk membagikan informasi ketimbang kepada jurnalis. Karena jurnalis saat ini terlalu luas sehingga kurang menjangkau ke target audiens.

#### **C. Membuat Media Release**

Ketika bekerjasama dengan jurnalis, tentu kita sebagai praktisi PR harus memberikan *press release* agar berita yang dimuat di media tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan oleh perusahaan tanpa ada kekeliruan. Namun, saat ini *press release* dapat diunggah ke website atau blog perusahaan sendiri. Selain *press release*, dari pihak perusahaan juga membuat artikel untuk

website perusahaan dengan menggunakan SEO (*Search Engine Optimization*) agar artikel dan website perusahaan dapat dikunjungi oleh publik atau khalayak.

#### **D. Visualisasi Konten**

Publik saat ini lebih menyukai konten yang bergerak, memiliki gambar yang menarik perhatian, video berdurasi singkat dan menarik, dan foto yang dapat menggambarkan suasana di lapangan. Visualisasi konten ini sangat berpengaruh dengan platform media sosial perusahaan, dimana jika konten yang diunggah menarik publik akan mengunjungi akun sosial media perusahaan dan mengikutinya untuk mendapatkan informasi menarik lainnya.

#### **3.1.4 Manajemen Krisis**

Setiap perusahaan atau instansi tentu akan memiliki masalah yang dihadapi walaupun perusahaan tersebut sudah berdiri cukup lama dan dikenal masyarakat luas. Memanajemen sebuah masalah sangat dibutuhkan oleh seorang *public relations*, jika ada masalah dan seorang praktisi PR menghadapi masalah tersebut dengan gegabah tentu hal itu akan menambah permasalahan kembali. Oleh karena itu, sebagai praktisi PR sangat dibutuhkan analisa yang baik terhadap suatu permasalahan yang terjadi. Krisis adalah suatu kejadian atau peristiwa yang datang secara tidak terduga, memiliki sifat yang mengancam stakeholders, dan jarang terjadi. Berbeda dengan Isu, yang belum tentu benar kenyataannya. Isu dapat berubah menjadi krisis jika isu tersebut tidak ditangani dengan baik oleh perusahaan. Oleh karena itu penting sebuah instansi / perusahaan memiliki penanganan krisis / isu yang baik sehingga tidak menghancurkan reputasi perusahaan, bangkrut dan kegagalan lainnya.

Adapun beberapa penyebab terjadinya krisis, pertama adalah kegagalan dan disfungsi organisasi karena buruknya pemeliharaan organisasi, tekanan produksi ataupun konflik internal. Kedua, adanya ancaman dari luar organisasi (eksternal) seperti bencana alam, politik, atau ekonomi. Dan penyebab terakhir, adalah kesalahan manajemen dalam menangani krisis hal ini disebabkan oleh



perencanaan yang buruk, kelalaian dalam menangani krisis, dan adanya ketidaktransparan permasalahan. Ketiga hal tersebut dapat dihindari jika perusahaan memiliki pengelolaan manajemen yang baik.

#### **A. Insiden Dengan Isu**

Insiden dan isu merupakan salah satu yang berkaitan erat. Isu mungkin akan muncul ketika insiden atau suatu peristiwa tidak terduga terjadi. Isu bisa datang dari mana saja, dari eksternal maupun internal begitupun juga dengan insiden. Menurut Griffin pada bukunya, menyatakan bahwa insiden termasuk ke dalam *Sudden Crisis*, dimana muncul tanpa adanya peringatan terlebih dahulu. Sedangkan untuk isu, masuk dalam kategori *smoldering crisis*, dimana sebuah kejadian muncul dari waktu ke waktu dan dapat menimbulkan sentimen negatif dalam eksternal ataupun internalnya.

#### **B. Penyelesaian dan Tahapan Sebuah Krisis**

Saat menghadapi krisis, tentu sebagai praktisi PR tidak boleh gegabah ataupun lalai dalam penanganan krisis. Krisis dapat terselesaikan dengan baik apabila mengikuti tahapan penyelesaian dalam manajemen krisis. Manajemen krisis adalah kemampuan dalam menangani krisis yang muncul secara tidak terduga dan memiliki potensi mengganggu pihak internal maupun eksternal. Fase krisis dalam manajemen krisis ada 3 yaitu, Pre Crisis (prevention & preparation), Crisis Event (Respond), dan Post Crisis (Evaluating, Learning). Ketiga fase tersebut digunakan untuk menyelesaikan atau menghadapi sebuah krisis yang terjadi pada perusahaan atau organisasi.

#### **3.1.5 Hukum dan Etika Profesi Hubungan Masyarakat**

Sebagai praktisi PR, sangat dibutuhkan kode etik untuk menjaga citra seorang praktisi *public relations* dan juga menjaga nama baik perusahaan. Menurut Parsons (2016), menyatakan bahwa etika adalah studi yang menyatakan kebenaran atau kesalahan secara moral yang dibatasi oleh kemampuan manusia untuk berpikir. Sehingga Etika Public Relation adalah penerapan pemahaman

yang benar atau salah dalam praktik profesi sebagai public relations. Etika sangat penting digunakan oleh praktisi PR karena adanya mixed motives dalam kondisi organisasi, yaitu adanya kebutuhan atau keinginan dari klien, adanya kepentingan publik (internal & eksternal), dan profesi (kode etik profesi). Dalam kegiatannya, saat ini public relations tidak hanya dilakukan secara tatap muka saja tetapi juga melalui online atau daring. Dimana profesi tersebut dikatakan sebagai public relation online. Dengan adanya teknologi baru ini, tentu sebagai praktisi PR harus menjunjung tinggi kode etik dalam bermedia sosial dikarenakan jejak digital yang tak akan pernah hilang.

#### **A. Penerapan Prinsip Etika PR dan Pilar Profesi Public Relations**

Prinsip adalah suatu asas atau dasar yang memuat kebenaran untuk menjadi patokan dalam berpikir ataupun mengambil tindakan. Prinsip dalam etika profesi public relations ada 4 yaitu, kesadaran etis (*sensibility*), kemampuan berpikir kritis (*ethical reasoning*), kemampuan berperilaku secara etis (*ethical conduct*), kepemimpinan yang etis (*ethical leadership*). Tidak hanya prinsip saja yang harus dijadikan sebagai dasar atau asas sebelum bertindak bagi praktisi PR. Namun yang perlu diketahui pula ada 4 pilar seorang public relations, yaitu kejujuran (*honesty*), kebaikan (*kindness*), kemurah-hatian, keadilan. Keempat prinsip dan pilar tersebut harus ditanamkan bagi praktisi public relation dalam melaksanakan pekerjaannya, jadikan 4 prinsip dan pilar tersebut sebagai patokan dalam kegiatannya.

#### **B. Kewajiban Sebagai Praktisi Hubungan Masyarakat dan Menghindari Hal Negatif**

Sebagai seorang praktisi PR, tentu kita harus mematuhi kebijakan public relations. Kebijakan tersebut ada dan dibuat agar praktisi PR dapat mendapatkan klien dan memperluas relasinya. Selain adanya kebijakan positif, adapun kebijakan negatif yang harus dihindari. Menghindari hal-hal negatif ini bertujuan untuk menjaga reputasi personal dan juga reputasi perusahaan. Kebijakan yang harus dijalani oleh praktisi PR yaitu *serve the*

*public interest, Adhere to the highest standards of truth and accuracy, provide objective counsel, deal fairly, and Act promptly to correct erroneous communication.* Seluruh kebijakan tersebut harus dipatuhi dan diikuti oleh seluruh praktisi PR. Sedangkan untuk kebijakan negatif yang harus dilakukan adalah *do not plagiarize, do not give or receive gifts, do not violate intellectual property rights, do not employ deceptive practices, avoid conflicts of interest.* Kebijakan tersebut juga harus diikuti terutama sebagai seorang PR yang memiliki tugas untuk bekerjasama dengan pihak ketiga.

### **C. Program Etika yang Ada di Perusahaan**

Implementasi etika PR dalam perusahaan sangat penting dibutuhkan, karena dalam perusahaan kita tentu tidak dapat bergerak dan berjalan sendiri tanpa bantuan pihak ketiga. Bagaimana kita bersikap dan menghadapi para pihak ketiga harus memahami etika sebagai seorang PR. Dalam etika perusahaan ini terdapat beberapa aspek, yaitu hubungan internal, hubungan klien ataupun konsumen, hubungan dengan komunitas, dan hubungan dengan media. Keseluruhan aspek tersebut harus dijaga dengan baik, jika tidak maka perlahan perusahaan akan mengalami kegagalan. Etika PR lebih fokus pada penerapan strategi dan taktik untuk menyelesaikan krisis dan komunikasi, sedangkan etika perusahaan fokus pada praktik bisnis secara keseluruhan dan implementasi peraturan operasional yang ada pada perusahaan tertentu. Setiap perusahaan tentunya memiliki kebijakan operasionalnya masing-masing tergantung dengan bidang perusahaan itu sendiri.

## **3.2 PELAKSANAAN MAGANG**

### **3.2.1 Kerja Profesi**

Dunia kerja ini memiliki sisi positif dan negatifnya, tetapi sisi negatif tersebut dapat kita hindari dengan cara untuk melakukan pekerjaan dengan sungguh-sungguh dan mencoba untuk berdamai dengan keadaan. Berdasarkan data dari BPS pada Februari 2022, Tingkat Pengangguran Terbuka menurun sebesar 0.43% artinya saat ini sudah banyak angkatan pekerja yang memilih untuk

bekerja dibandingkan menjadi pengangguran. Hal ini mencerminkan bahwa seseorang membutuhkan pekerjaan, oleh karena itu penting bagi universitas mengadakan program kerja profesi ini atau magang. Sesuai dengan penjabaran pada bidang magang, praktikan akan menjabarkan kembali hal-hal yang praktikan lakukan selama melakukan kerja profesi di PB Jaya Raya :

#### **A. Meningkatkan Pengetahuan, Pengalaman, Keterampilan Di PB Jaya Raya**

Selama 6 bulan praktikan telah melaksanakan magang di PB Jaya Raya, praktikan mendapatkan banyak sekali pengetahuan, pengalaman, hingga keterampilan yang dapat praktikan bawa hingga ke pekerjaan selanjutnya. Pengetahuan yang praktikan dapatkan di PB Jaya Raya berupa dunia bulu tangkis. Ternyata, bulu tangkis ini adalah salah satu cabang olahraga paling diminati, karena selain membawa nama negara Indonesia di luar negeri, tetapi juga membawa nama personal hingga ke kancah internasional.

Pengetahuan yang praktikan dapatkan selanjutnya adalah terkait teknik, persiapan, dalam membuat konten untuk bulu tangkis. Pembuatan konten ini seluruhnya dikerjakan oleh divisi Humas, Media, dan Promosi untuk kemudian diunggah ke media sosial milik PB Jaya Raya. Pengalaman yang tak terlupakan juga yaitu bertemu bahkan beberapa ada yang pernah bekerjasama dengan pemain bulu tangkis yang melegenda yaitu Rudy Hartono, Rossiana Tendean, Rian Ardianto, Greysia Polii, Apriyani Rahayu, dan ketua harian PB Jaya Raya yaitu, Imelda Wigoeno.

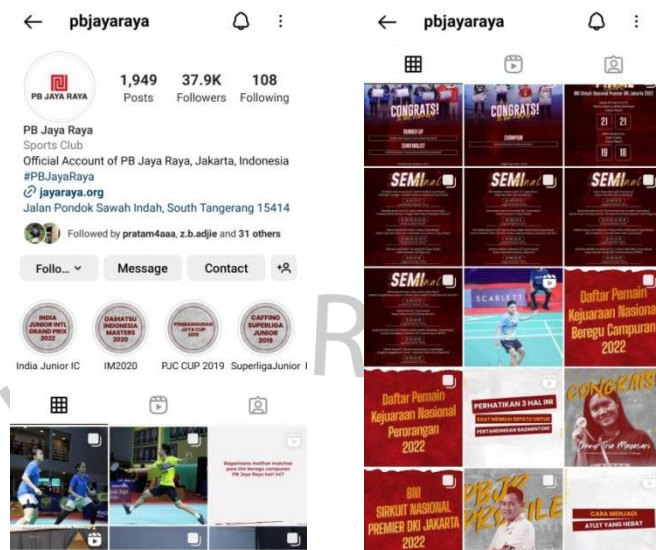
Pelaksanaan magang di PB Jaya Raya juga meningkatkan keterampilan praktikan khususnya dalam menulis. Menulis memang terkesan mudah, tetapi nyatanya menulis artikel atau press release terkait bulu tangkis ini sedikit lebih sulit ketimbang menulis terkait brand atau produk. Praktikan juga mendapatkan kesempatan untuk mengedit beberapa video dan melakukan foto kegiatan. Hal ini merupakan hal baru bagi praktikan khususnya dalam bidang olahraga bulu tangkis.

## **B. Mendapat Gambaran Dunia Kerja di Bidang Bulu Tangkis**

Dunia kerja dalam bulu tangkis sangat memiliki perbedaan dengan pekerjaan kantoran dan menangani brand atau produk pada umumnya. Bekerja di perusahaan yang bergerak di bidang klub bulu tangkis ini merupakan hal baru bagi praktikan, yang sebelumnya praktikan belum pernah mendapatkan gambaran untuk bekerja di perusahaan yang bergerak dalam bidang bulu tangkis ini.

Nyatanya, tidak hanya perusahaan formil biasa yang memiliki divisi untuk kegiatan humas, publikasi, dan marketing tetapi klub bulu tangkis salah satunya PB Jaya Raya memiliki divisi tersebut. Awalnya divisi tersebut dinamakan media centre dan pada akhirnya diubah menjadi Humas, Media, dan Promosi karena cakupan pekerjaan yang dilakukan pada divisi tersebut mencakup hal-hal itu.

Walaupun dalam divisi Humas, Media dan Promosi ini mengurus hal-hal yang terkait dengan bulu tangkis tetapi praktikan juga mendapatkan gambaran dunia kerja sebagai seorang *Public Relations*, *Social Media Specialist*, dan *Content Writer*. Untuk bekerja di Industri kreatif ini, membutuhkan riset yang cukup mendalam untuk mendapatkan informasi yang kredibilitasnya dapat dipertanggung jawabkan. Sosial media pada perusahaan merupakan media yang saat ini digunakan oleh para perusahaan karena aksesnya yang mudah, dan tidak akan menyebarkan informasi yang salah. Publik yang cermat dan cerdas juga saat ini ketika mendapatkan informasi, mereka melakukan *crosscheck* dengan membuka media sosial milik perusahaan terkait. Untuk bekerja di sosial media ini, praktikan harus selalu up to date terkait dengan bulu tangkis terutama pada atlet-atlet binaan PB Jaya Raya untuk kebutuhan skoring. Bahkan praktikan saat ini menjadi tahu software yang digunakan untuk kebutuhan skoring bulu tangkis seluruh dunia.



**Gambar 3.1** Profile Akun Instagram Milik PB Jaya Raya

Sumber : Dokumentasi Pribadi Praktikan, 2022

### **C. Membina dan Meningkatkan Kerjasama Antara Universitas Dengan PB Jaya Raya**

Untuk pertama kalinya, PB Jaya Raya bekerjasama dengan Universitas Pembangunan Jaya dalam kegiatan magang atau kerja profesi ini. Dapat dikatakan bahwa praktikan dan rekan magang praktikan merupakan mahasiswa/i pertama yang melaksanakan kegiatan magang dan kerja profesi di PB Jaya Raya ini. Sehingga para karyawan pun mulai harus melakukan adaptasi dengan karyawan magang dan penyesuaian dengan keberadaan anak magang.

Selain itu, praktikan dan rekan sangat menjaga sikap dan perilaku selama melaksanakan magang di PB Jaya Raya dikarenakan praktikan tidak hanya membawa nama diri praktikan secara personal tetapi juga membawa nama baik Universitas Pembangunan Jaya. Walaupun masih dalam satu Grup, yaitu Jaya tetapi tetap harus menjalin kerjasama yang baik antar perusahaan.

Kinerja sebagai anak magang pun tetap harus praktikan dan rekan tingkatkan sebagai wujud kerjasama yang baik. Berdasarkan pemaparan dari

ketua harian PB Jaya Raya, Ibu Imelda menyatakan sebuah *quotes* “*take and give*”, dimana praktikan bisa mendapatkan gambaran pekerjaan sesuai dengan mata kuliah kerja profesi dan PB Jaya Raya memberikan kesempatan ruang untuk praktikan dan rekan melakukan kerja di PB Jaya Raya.

### **3.2.2 Seminar Komunikasi**

Penelitian tidak hanya dilakukan semasa kuliah, tetapi juga dilakukan untuk kebutuhan pekerjaan. Walaupun penelitian ini tidak tertata sesuai dengan penelitian komunikasi pada umumnya di perkuliahan. Penelitian yang dilakukan di perusahaan ini bisa terkait riset perusahaan yang bergerak di bidang serupa, penilaian antar divisi, penilaian hasil konten yang disajikan dan lainnya. Pada umumnya penelitian tersebut bertujuan sebagai bahan untuk evaluasi dan kenaikan performa pekerjaan untuk pekerjaan kedepannya.

Praktikan selama di PB Jaya Raya juga melakukan penelitian dan membantu dalam penyusunan laporan seperti KPI (Key Performance Index) dan kuesioner yang akan disebarakan kepada para pegawai internal dan juga publik (eksternal). Sebelum membuat pertanyaan atau yang biasa dikatakan rumusan masalah tentu praktikan melakukan riset atau fenomena yang ada terkait dengan konten bulu tangkis. Berikut ini merupakan capaian pembelajaran yang praktikan telah capai sesuai dengan mata kuliah seminar komunikasi:

#### **A. Prinsip dan Etika Dalam Penelitian**

Di PB Jaya Raya ketika ingin menyusun atau membuat sebuah penelitian atau riset, akan melakukan tahapan-tahapannya dengan penuh seksama. Karena, hal ini untuk menjaga reputasi perusahaan dan nama baik perusahaan. PB Jaya Raya termasuk dalam sebuah klub bulu tangkis yang terbesar kedua setelah PB Djarum. Oleh karena itu penting bagi praktikan serta staff HMP untuk menyusun dengan benar dan teliti.

Adapun beberapa prinsip dan etika penelitian yang telah praktikan lakukan saat melaksanakan magang atau kerja profesi di PB Jaya Raya, yaitu pertama Prinsip Voluntary Consent, praktikan mencari volunteer untuk

dijadikan sebagai narasumber penelitian yang dimana volunteer tersebut memiliki ketertarikan dengan bulu tangkis atau mengetahui perusahaan PB Jaya Raya ini. Kedua, praktikan harus bisa memastikan para narasumber atau volunteer dalam penelitian riset tersebut jaminan kerahasiaan dan anonimitas (nama disamarkan) jika narasumber tidak ingin terlihat di penelitian tersebut.

Ketiga, praktikan juga harus mengetahui batasan-batasan apa saja yang dapat diteliti, seperti larangan untuk masuk ke dalam media sosial klub atau perusahaan lain, mengambil foto tanpa sumber, mengambil fakta tanpa sumber dan narasumber siapa aja yang tidak dapat dimintai keterangan. Hal tersebut harus praktikan perhatikan saat mengambil riset untuk penelitian. Keempat, praktikan harus menyiapkan konsekuensi dan hasil terburuk dahulu untuk mengantisipasi konsekuensi negatif yang akan didapatkan akibat dari penelitian tersebut. Praktikan membuat list pro dan kontra dalam pembuatan penelitian yang akan praktikan hadapi.

Terakhir, ada klarifikasi kesimpulan dan interpretasi praktikan yang praktikan ambil dan kumpulkan ketika seluruh hasilnya sudah keluar. Bahkan praktikan mengumpulkan jawaban lebih awal dibandingkan menunggu 10 orang untuk mengumpulkan jawabannya dan praktikan dapat menarik kesimpulan atas hasil penelitian tersebut. Dari hasil tersebut, praktikan kemudian membuat laporan secara singkat bersama mentor praktikan, untuk disampaikan kepada pihak PB Jaya Raya.

## **B. Merumuskan Masalah dan Menyusun Kerangka Penelitian**

PB Jaya Raya memberikan kesempatan kepada praktikan untuk menyusun beberapa laporan perusahaan, seperti laporan after event saat kejuaraan Yonex Sunrise Pembangunan Jaya Raya Junior International Challenge 2022 yang lalu. Dari laporan tersebut praktikan harus menuliskan rumusan masalah dan kerangka penelitian agar laporan tersebut dapat diterima dengan baik oleh perusahaan yang telah bekerjasama dengan PB Jaya Raya.

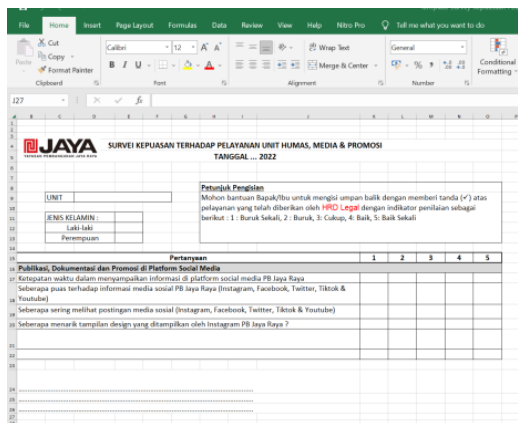
Selain untuk kebutuhan laporan after event, praktikan juga diminta untuk membuat rumusan masalah untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi



divisi Humas, Media dan Promosi. Praktikan memberikan beberapa pertanyaan yang akan digunakan sebagai bahan evaluasi perusahaan terkait divisi Humas, Media dan Promosi yang dapat dikatakan adalah divisi baru. Rumusan masalah dibuat sesingkat mungkin, padat, jelas, dan konkrit agar mudah dibaca oleh pembaca.

Namun ada beberapa kesulitan praktikan untuk menentukan rumusan masalah, karena adanya pembatasan rumusan masalah yang merujuk pada kekurangan alat serta SDM di divisi Humas, Media dan Promosi. Tidak banyak hal yang dilakukan dalam menyusun kerangka penelitian, karena pada umumnya kerangka penelitian digunakan dalam penelitian terhadap sebuah fenomena, bukanlah penelitian dari riset atau survey yang dibuat oleh perusahaan.

Dalam pembuatan survey juga membutuhkan pertanyaan atau rumusan masalah untuk mengetahui kinerja, kelebihan, serta kekurangan dari divisi Humas, Media, dan Promosi itu sendiri. Nantinya pada hasil penelitian ini, dijadikan bahan evaluasi bagi divisi hingga perusahaan. Selain itu, karena divisi ini masih terbilang baru, masih beberapa kekurangan seperti kurang Sumber Daya Manusia, kurangnya alat-alat untuk produksi konten sehingga penelitian ini bisa sangat bermanfaat untuk evaluasi.



JAYA YAYASAN PEMBANGUNAN JAYA RAYA		SURVEI KEPUASAN TERHADAP PELAYANAN UNIT HUMAS, MEDIA & PROMOSI TANGGAL ... 2022				
UNIT		<b>Petunjuk Pengisian</b> Mohon bantuan Bapak/Ibu untuk mengisi umpan balik dengan memberi tanda (✓) atas pelayanan yang telah diberikan oleh <b>HRO Legal</b> dengan indikator penilaian sebagai berikut : 1 : Buruk Sekali, 2 : Buruk, 3: Cukup, 4: Baik, 5: Baik Sekali				
JENIS KELAMIN :						
Laki-laki						
Perempuan						
Pertanyaan		1	2	3	4	5
Publikasi, Dokumentasi dan Promosi di Platform Social Media						
Ketepatan waktu dalam menyampaikan informasi di platform social media PB Jaya Raya						
Seberapa puas terhadap informasi media sosial PB Jaya Raya (Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok & Youtube)						
Seberapa sering melihat postingan media sosial (Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok & Youtube)						
Seberapa menarik tampilan design yang ditampilkan oleh Instagram PB Jaya Raya ?						

**Gambar 3. 2** Survey Kepuasan Pelayanan Divisi Humas, Media, dan Promosi

Sumber : Dokumentasi Pribadi Praktikan, 2022

### 3.2.3 Manajemen Hubungan Media Massa

Divisi Humas, Media dan Promosi tidak jauh dengan media massa ataupun media sosial. Kegiatan ini dilakukan untuk menaikkan *brand awareness* publik terhadap perusahaan PB Jaya Raya. Serta, PB Jaya Raya juga mengajak para orang tua untuk mendaftarkan anak-anaknya ke PB Jaya Raya untuk menjadi atlet bulu tangkis. Pentingnya kerjasama antara media dengan perusahaan untuk membagikan informasi lebih luas, selain itu selama decade terakhir media menjadi pilihan perusahaan untuk mempublikasikan, memberikan informasi, berkolaborasi, dan memngembangkan *followers* pada akun media sosial perusahaan. Adapun sosial media yang PB Jaya Raya miliki yaitu, Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dan Website Perusahaan. Namun, media sosial

paling aktif untuk berbagi adalah Instagram yang juga terhubung dengan Facebook. Berikut ini adalah beberapa konsep terkait dengan pekerjaan praktikan di PB Jaya Raya:

#### **A. Mengelola Strategi Konten, Platform, dan Strategi Media Untuk PB Jaya Raya**

Kelancaran dan keberhasilan konten tersampaikan oleh publik merupakan tujuan utama dari divisi Humas, Media dan Promosi. Awal ketika praktikan akan membuat konten tentu praktikan akan mencari platform yang akan digunakan dan tempat konten tersebut diunggah. Adapun audiens dari PB Jaya Raya itu adalah orangtua, anak muda yang menyukai badminton, dan atlet bulu tangkis. Selain itu, praktikan juga melihat sekiranya media sosial yang sedang digandrungi oleh audiens, untuk mencari publik kita harus bisa pintar mencari platform media sosial yang tepat agar konten yang telah dibuat dapat dilihat oleh publik dan khalayak luas.

Praktikan membuat konten bersama dengan atlet PB Jaya Raya untuk platform TikTok dan Instagram. Walaupun PB Jaya Raya adalah perusahaan, tetapi konten-konten yang dimuat tetap mengikuti trend. Seperti pada konten TikTok, konten akan menggunakan gerakan atau lagu yang sedang trend seperti gerakan “Sikok Bagi Duo” dan soundnya.

Dengan begitu, audiens akan merasa terhibur dan merasa penasaran dengan PB Jaya Raya. Karena disini tidak hanya belajar dan latihan tetapi juga menghibur. Oleh karena itu strategi-strategi tersebut harus dapat digunakan ketika dalam pembuatan konten karena konten itu disediakan untuk menaikkan engagement serta *awareness*. Media sosial PB Jaya Raya memiliki fungsi untuk mengedukasi terkait teknik badminton, menginformasikan pertandingan dan hasil skor pertandingan, untuk menghibur para audiens dengan konten-konten yang disediakan.

Sebelum membuat konten, tentu praktikan melakukan konsultasi kepada mentor yaitu Mba Riska Pratiwi apakah konten ini boleh dibuat atau tidak, serta apakah konten ini akan menjatuhkan nama PB Jaya Raya atau

tidak. Karena konten-konten yang dimuat juga harus menjaga nama baik perusahaan yaitu PB Jaya Raya.

Bahkan ada beberapa peraturan yang harus diterapkan ketika membuat konten, fokus utama PB Jaya Raya ada pada pakaian para atlet. Seluruh atlet saat ingin membuat konten di akun media sosial PB Jaya Raya harus menggunakan atribut dengan merk “YONEX” dikarenakan sponsor utama PB Jaya Raya adalah YONEX. Oleh karena itu, jika ada beberapa atribut yang dilarang, konten akan di take down atau diberikan sensor.

Media yang digunakan oleh PB Jaya Raya yaitu owned media, dimana website atau platform sosial media di handle oleh perusahaan sendiri. Selain owned media, media PB Jaya Raya juga menggunakan Earned Media, dimana terkadang ada beberapa media yang mengunggah berita terkait PB Jaya Raya dan di akun PB Jaya Raya di tandai oleh media tersebut tanpa mereka atau pihak PB Jaya Raya membayar. Biasanya, jika ada media yang seperti itu praktikan akan melakukan *repost* postingan tersebut ke story Instagram PB Jaya Raya sebagai *win win solution*. Hal ini juga dapat membawa keuntungan untuk PB Jaya Raya dan pihak media tersebut.

## **B. Bekerjasama Dengan Jurnalis dan Influencer**

Pekerjaan selanjutnya yaitu praktikan diminta untuk melakukan kerjasama dengan para jurnalis dan influencer untuk kebutuhan pada acara Yonex Sunrise Pembangunan Jaya Raya Junior International Challenge 2022 (Yonex Sunrise PJIC 2022). Acara ini sangat membutuhkan media untuk kegiatan publikasi lebih luas dan agar mendapatkan audiens lebih banyak lagi.

Saat sebelum diadakan kejuaraan ini, praktikan diminta untuk menghubungi para influencers namun influencers disini merupakan atlet bulu tangkis Indonesia ternama seperti Greysia Polii, Rian Ardianto, Apriyani Rahayu, Hendra Setiawan dimana mereka juga merupakan atlet binaan PB Jaya Raya. Pemilihan influencers juga tidak sembarangan, influencers harus yang relate atau berhubungan dengan bulu tangkis. Sehingga pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan jelas tanpa adanya miskomunikasi.

Selain influencers, praktikan juga diberikan kepercayaan untuk menghubungi salah satu media online yaitu Bintaro and Beyond untuk kebutuhan publikasi atau menginformasikan kepada publik terkait dengan kejuaraan Yonex Sunrise PJIC 2022 yang akan diadakan di GOR PB Jaya Raya Bintaro. Kerjasama yang dilakukan saat itu selain dengan Bintaro and Beyond adalah bekerjasama untuk live streaming di YouTube milik UseeSports. Audiens yang hadir cukup banyak ketika live streaming tersebut. Artinya kejuaraan ini dan PB Jaya Raya mendapatkan exposure dari publik dan khalayak. Influencer dan Jurnalis sama-sama memiliki keuntungan dalam menyebarkan informasi.

Selain kerjasama terkait kejuaraan Yonex Sunrise PJIC 2022, praktikan juga diminta untuk membuat Live Instagram bersama Rian Ardianto (@rianardianto). Beliau juga merupakan atlet bulu tangkis Indonesia binaan PB Jaya Raya. Praktikan berhasil membuat *Terms Of References* (TOR) untuk Live Instagram tersebut. Hal-hal dan poin yang harus dibahas dalam live tersebut, selain itu praktikan juga berkesempatan untuk memberika brief langsung kepada Rian Ardianto sebelum Live Instagram berlangsung.



**Gambar 3.3** Informasi Kejuaraan yang Diunggah Oleh Influencers dan Media di akun Instagram milik @greysiapolii dan @bintaroandbeyond  
Sumber : Dokumentasi Pribadi Praktikan, 2022

### **C. Membuat Media Release**

Kejuaraan International pertama setelah 2 tahun vakum tidak mengadakan kejuaraan dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang membuat seluruh kejuaraan dibatalkan. Kejuaraan internasional yang diadakan oleh PB Jaya Raya di GOR PB Jaya Raya Bintaro ini membutuhkan publikasi yang cukup besar. Sehingga praktikan diminta untuk membuat *press release* untuk para rekan media yang telah bekerjasama dengan PB Jaya Raya. Press release tersebut disebarkan ke para rekan media yang telah bekerjasama dengan pihak PB Jaya Raya. Press Release praktikan buat sesuai dengan ketentuan yang telah praktikan pelajari semasa di perkuliahan.

Press Release berisikan informasi terkait dengan kejuaraan, yang praktikan buat 5w + 1H, dan kutipan dari beberapa narasumber seperti Bapak Agus Lukita selaku Ketua Pengurus Yayasan Pembangunan Jaya Raya, Ibu Rossiana Tendea selaku panitia pelaksana kejuaraan Yonex Sunrise Pembangunan Jaya Raya Junior International Challenge 2022 dan pihak dari PBSI (Persatuan Bulutangkis Seluruh Indonesia) yaitu bapak Rionny Mainaky selaku Kabid Binpres PP PBSI juga turut menjadi narasumber dalam press release yang praktikan buat.

### **D. Visualisasi Konten pada platform media sosial PB Jaya Raya**

Sebagai Divisi Humas, Media dan Promosi tentunya tidak jauh juga dengan visualisasi konten. Karena, konten tentu dibuat dengan visual baik itu visual foto ataupun video. Visualisasi konten ini nantinya akan disebarkan ke beberapa platform media sosial yang dimiliki oleh PB Jaya Raya (*Using Multiple Platforms*). Nantinya foto atau video tersebut praktikan unggah ke beberapa platform sosial media dengan tahapan di review terlebih dahulu sebelum untuk diunggah. Praktikan juga memperhatikan apakah nantinya dari video ini akan melanggar copyright atau tidak, oleh karena itu saat pembuatan video yang berisi edukasi dan ada beberapa materi yang diambil dari sumber lain, praktikan akan memberikan sumber (*source*).

Praktikan juga diminta untuk membuat caption untuk beberapa sosial media khususnya pada Instagram dan TikTok yang membutuhkan caption. Tidak lupa, jika ada informasi yang praktikan ambil dari sumber lain, praktikan menaruh sumber dibawah caption.

Dalam pembuatan visualisasi konten, pihak PB Jaya Raya menyerahkan proses editing untuk video, umumnya untuk platform YouTube kepada vendor untuk dikerjakan. Video yang diunggah pun juga tidak luput dari pengecekan copyright baik dari suara maupun sumber. Dan juga Video yang diunggah tersebut rata-rata tidak lebih dari 5 menit. Sedangkan video yang diunggah di TikTok ataupun Instagram hanya berkisar 30 – 40 detik saja, lebih dari itu publik akan merasa bosan.

#### **3.2.4 Manajemen Krisis**

Pengelolaan krisis dalam perusahaan sangat dibutuhkan. Praktisi PR di perusahaan harus bisa menganalisis isu yang terjadi di masyarakat terhadap perusahaannya. Karena jika isu tidak dikelola dengan baik, hal tersebut akan menjadi krisis. Jika krisis tersebut juga tidak bisa ditangani dengan baik, maka perusahaan akan bangkrut ataupun gulung tikar. Hal tersebut sangat disayangkan karena perusahaan akan merugikan pegawainya juga. Selama magang 6 bulan di PB Jaya Raya, praktikan hanya mendapatkan 1 kali permasalahan. Hal tersebut akan dijabarkan oleh praktikan di bawah ini:

##### **A. Insiden Dengan Isu**

Selama praktikan melaksanakan kegiatan magang selama 6 bulan di PB Jaya Raya hanya ada 1 isu yang menerjang perusahaan PB Jaya Raya. Permasalahan tersebut yaitu terkait penipuan. Jadi, ada oknum yang mengatasnamakan pihak PB Jaya Raya yang menjadi penjual tiket atau membuka penyewaan lapangan di GOR PB Jaya Raya. Padahal, lapangan dan GOR PB Jaya Raya tidak disewakan atau dibuka untuk umum. Hingga, salah satu dari pihak PB Jaya Raya mencoba untuk menghubungi nomor tersebut

dan mencoba untuk bernegosiasi, namun dari oknum tersebut justru memblokir nomor pihak PB Jaya Raya. Tidak sedikit orang yang sudah membayar, bahkan datang ke GOR PB Jaya Raya dan mencoba untuk masuk ke dalam GOR disaat para atlet PB Jaya Raya sedang melaksanakan latihan.

Insiden kedatangan para konsumen yang sudah membayar membuat pihak PB Jaya Raya merasa dirugikan dan dapat menjatuhkan reputasi perusahaan. Karena, semua ini terjadi adanya oknum yang mencantumkan nomor telepon dirinya dan menyebarkan ke publik yang berkomentar di Maps atau Google Ulasan PB Jaya Raya yang bertanya terkait penyewaan lapangan di GOR PB Jaya Raya.

Setelah ada kejadian tersebut, praktikan membuat pengumuman di seluruh media sosial PB Jaya Raya bahwa lapangan atau GOR PB Jaya Raya tidak dibuka dan disewakan untuk umum. Praktikan juga menuliskan caption untuk postingan tersebut seperti dibawah ini:

**“HIMBAUAN!**

Berikut ini adalah salah satu bukti perbincangan dengan oknum yang "mengaku" sebagai pihak PB Jaya Raya.

Dihimbau untuk seluruh masyarakat bahwa LAPANGAN TIDAK DAPAT DIGUNAKAN UNTUK UMUM. PB Jaya Raya tidak bertanggung jawab atas penipuan tersebut.

Jika memiliki kepentingan, kami hanya dapat dihubungi melalui Instagram dan nomor yang tertera pada website [jayaraya.org](http://jayaraya.org)

Terima kasih.”

Caption tersebut juga praktikan buat berdasarkan arahan dari mentor di Divisi Humas, Media dan Promosi PB Jaya Raya. Jika, pihak PB Jaya Raya



tidak speak up, masalah ini akan berjalan dan semakin banyak oknum yang mengatas namakan PB Jaya Raya. Praktikan juga diminta untuk menunggah nomor whatsapp yang digunakan oleh penipu tersebut. Hal ini dilakukan untuk melindungi para konsumen agar tidak tertipu dengan nomor WhatsApp tersebut.



**Gambar 3.4** Postingan Terkait Penipuan di Akun Instagram @pbjayaraya  
Sumber : Dokumentasi Pribadi Praktikan, 2022

## **B. Penyelesaian dan Tahapan Sebuah Krisis di PB Jaya Raya**

Dalam penyelesaian sebuah krisis, tentu memiliki tahapan-tahapan yang harus dilewati oleh seorang praktisi PR. Ada 3 tahapan yaitu, fase krisis, crisis event, dan post crisis. Dalam penjelasan ini praktikan akan menjelaskan kasus diatas tersebut dan dikaitkan dengan ketiga tahapan tersebut. Kasus ini dapat terselesaikan dengan baik sehingga tidak mengganggu kinerja perusahaan ataupun menjatuhkan reputasi perusahaan. Pihak PB Jaya Raya sudah bertindak tegas terhadap oknum yang mengatasnamakan PB Jaya Raya tersebut. Postingan tersebut mendapatkan kurang lebih 804 likes, dimana artinya banyak publik yang juga hampir tertipu dengan nomor tersebut dari Google Ulasan dan Maps PB Jaya Raya.

Fase pertama yaitu, fase *pre-crisis*. Pada fase ini adanya persiapan dengan membuat crisis management plan, dan melakukan test terhadap crisis

management plan tersebut. Fase ini digunakan sebagai *prevention* dan *preparation* terhadap sebuah krisis yang akan terjadi. Pada fase ini tentu seluruh praktisi PR harus bersiap dan menyiapkan segala nya untuk menangani krisis di sebuah perusahaan. Sebelum pihak PB Jaya Raya mengeluarkan statement tersebut, kami diminta untuk melakukan cross check terhadap nomor dan ulasan yang ada di google tersebut. Apakah benar adanya atau tidak.

Fase kedua yaitu, *Crisis Event (Respond)*. Bagaimana respond PB Jaya Raya terhadap krisis tersebut? Dengan menggunakan *crisis recognition* yaitu dengan menyadari adanya krisis dan kemudian memberikan respon dengan menjawab di beberapa ulasan google bahwa lapangan dan GOR PB Jaya Raya tidak dibuka untuk umum. Kedua, kami menggunakan *Crisis Containmentment* yaitu fokus pada penanganan krisis dari organisasi tersebut. Penanganan krisis di PB Jaya Raya menggunakan media sosial khususnya Instagram untuk menyebarkan informasi penipuan tersebut dan memberikan himbauan pada masyarakat untuk tidak tertipu dengan nomor tersebut.

Fase ketiga yaitu, *Post-Crisis* dimana terdapat 3 tahap di dalamnya yaitu *evaluating*, *learning*, dan *improving*. Sebuah perusahaan jika tidak belajar dari krisis tersebut, maka kejadian tersebut akan terjadi kembali di perusahaan tersebut dan tidak professional dalam menghadapi masalah tersebut. PB Jaya Raya melakukan tahap evaluasi yaitu dengan menyampaikan cara atau teknis agar tidak ada lagi oknum-oknum yang mengatasnamakan PB Jaya Raya. Kemudian PB Jaya Raya juga belajar dari permasalahan ini, untuk lebih aware dengan platform google maps atau ulasan ini. Tahap terakhir yaitu *Improving*, PB Jaya Raya segera memasukkan nomor WhatsApp resmi untuk di linktree bio Instagram PB Jaya Raya, hal ini guna untuk mengurangi munculnya oknum baru.

Publik juga diharapkan untuk mencari informasi hanya dari website resmi milik PB Jaya Raya dan Media sosial lainnya, dan dihimbau untuk tidak menulis pertanyaan di google ulasan, karena dapat menjadi sasaran oknum untuk melakukan penipuan seperti penyewaan lapangan ini.

### 3.2.5 Hukum dan Etika Profesi Hubungan Masyarakat

#### A. Penerapan Prinsip Etika PR dan Pilar Profesi Public Relation dalam Divisi Humas, Media, dan Promosi PB Jaya Raya

Sebagai seorang praktisi PR tentu harus mengikuti pedoman atau dasar yang sudah dibuat. Public Relation harus menjaga dan membangun reputasi perusahaan agar tidak terjadi kerugian. Terutama praktikan disini bekerja untuk platform sosial media PB Jaya Raya yang banyak dilihat dan dikunjungi publik untuk mencari informasi. Oleh karena itu, praktikan juga menerapkan prinsip-prinsip etika profesi public relations.

Prinsip pertama adalah kesadaran etis (*sensibility*), praktikan saat membuat konten harus bisa membuat konten yang tidak menyinggung seluruh pihak. Baik itu *talent*, hingga menyinggung pihak eksternal. Kedua, praktikan dituntut untuk memiliki kemampuan berpikir kritis (*ethical reasoning*) ketika mengerjakan sebuah artikel dan menulis caption, karena penulisan terkait badminton membutuhkan fakta tidak hanya opini semata.

Prinsip ketiga adalah kemampuan berperilaku secara etis (*ethical conduct*), ketika bertemu dengan orang banyak, berhadapan dengan para pihak eksternal, terutama saat pertandingan, praktikan harus menjaga sikap dan perilaku agar tidak mendapatkan teguran dari berbagai pihak. Prinsip terakhir adalah kepemimpinan yang etis (*ethical leadership*), ketika mentor sedang tidak ada di kantor, terkadang ada beberapa atlet yang datang ke ruangan untuk meminta hasil foto saat mereka pertandingan, tetapi karena praktikan sedang memiliki pekerjaan lain dan deadline sudah dekat, praktikan akan menolak secara baik-baik dan memberikan mereka pengertian secara halus agar meminta foto di lain waktu ketika praktikan sedang senggang. Hal-hal tersebut dibidang sangat kecil tetapi hal tersebut merupakan sikap kepemimpinan yang etis dengan atlet PB Jaya Raya.

Selain itu terdapat 5 pilar profesi Public Relations yang harus praktikan patuhi di PB Jaya Raya yaitu, Kejujuran (*Honesty*) dimana praktikan harus jujur dalam bekerja terutama saat sedang diberikan titipan

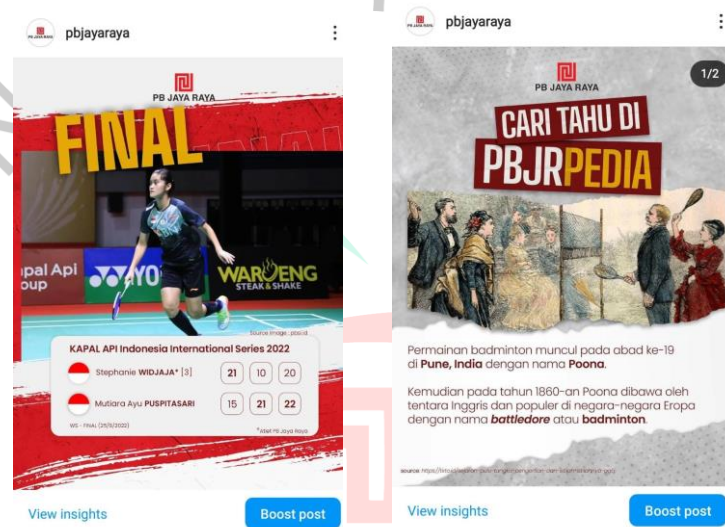
untuk menjaga alat-alat fotografi yang cukup berat. Kedua, Kebaikan (Kindness) sebagai seorang PR juga harus terlihat baik di mata seseorang. Sebagai karyawan magang tentu praktikan akan selalu bersikap baik untuk menjaga nama universitas hingga profesi sebagai seorang PR. Ketiga, kemurahatian. Praktikan dan rekan magang pernah mendapatkan teguran karena terlalu baik untuk membantu para atlet saat pertandingan untuk melakukan live Instagram. Seharusnya hal tersebut bisa di handle oleh atlet yang bersangkutan. Kemudian ada Kerahasiaan, sebagai pemegang sosial media PB Jaya Raya praktikan harus menjaga kerahasiaan seluruh password sosial media agar tidak diretas oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Terakhir adalah keadilan, sebagai seorang praktisi PR harus selalu bisa adil dengan siapapun.

#### **B. Kewajiban Sebagai Praktisi Humas dan Menghindari Hal-Hal Negatif di PB Jaya Raya**

Sebagai seorang praktisi PR, tentu kita harus selalu mematuhi kewajiban public relations baik itu dari sisi positif maupun negatif. Praktikan ditempatkan untuk menhandle seluruh sosial media dimana sosial media seluruh publik atau khalayak dapat melihat seluruh kegiatan PB Jaya Raya. Praktikan memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh konsumen dari PB Jaya Raya. Pertama, melayani kepentingan publik PB Jaya Raya dengan selalu membalas pesan singkat yang masuk ke WhatsApp milik PB Jaya Raya dengan baik dan ramah. Kedua, berlaku adil kepada seluruh pihak yang bekerjasama dengan PB Jaya Raya. Yaitu bekerjasama dengan adil dengan vendor, media, dan rekan kerja. Pembagian pekerjaan pun tetap adil dilakukan.

Sementara untuk kewajiban negatif yaitu tidak melakukan tindakan plagiasi. Bahkan menjadi mahasiswa/i saja tidak boleh melakukan tindakan plagiasi terhadap karya apapun. Oleh karena itu jika ada sumber yang diambil dari milik orang lain, kita harus selalu mencantumkan sumber. Praktikan juga tidak melanggar hak intelektual, ketika gambar diambil dari berbagai sumber

praktikan akan tetap menuliskan sumber tersebut di postingan. Terakhir adalah konflik kepentingan, walaupun dalam setiap postingan PB Jaya Raya tidak pernah ada yang terkait dengan konflik kepentingan, namun di dalam organisasi terkadang masih ada, yaitu saat pemilihan vendor yang kurang transparan dan kurang diperkenalkan dari atasan ke seluruh pegawai yang terlibat dalam acara kejuaraan tersebut.



**Gambar 3.5** Salah Satu Postingan yang Mencantumkan Sumber  
Sumber : Dokumentasi Pribadi Praktikan, 2022

### C. Program Etika Yang ada di Perusahaan

Etika tidak hanya dengan rekan kerja saja, tetapi di dalam perusahaan pun Etika PR tetap dijalankan dari beberapa aspek. Aspek pertama yaitu hubungan Internal, dimana praktikan membina semangat rekan magang praktikan untuk semangat dalam menjalani pekerjaan terutama saat pertandingan berjalan yang membutuhkan cukup tenaga. Kedua, hubungan dengan klien / konsumen, praktikan selalu membalas pesan dari klien atau konsumen dengan ramah dan baik, umumnya konsumen bertanya terkait penyewaan lapangan dan bagaimana cara mendaftar untuk masuk ke PB Jaya Raya.

PB Jaya Raya dapat dikatakan sebagai komunitas perkumpulan bulu tangkis. PB Jaya Raya juga tetap menjaga hubungan antar komunitas contohnya dengan PB Djarum. Kerjasama dilakukan dengan cara melakukan sparring antar klub dan latihan bersama antar atlet PB Jaya Raya dengan atlet PB Djarum. Hal ini justru mempererat rasa kebersamaan sesama klub bulu tangkis. Terakhir adalah hubungan dengan media, praktikan tetap terhubung dengan media UseeSports dan Bintaro&Beyond untuk kebutuhan publikasi selanjutnya ketika di GOR PB Jaya Raya mengadakan pertandingan.

### **3.2.6 Pekerjaan Lainnya**

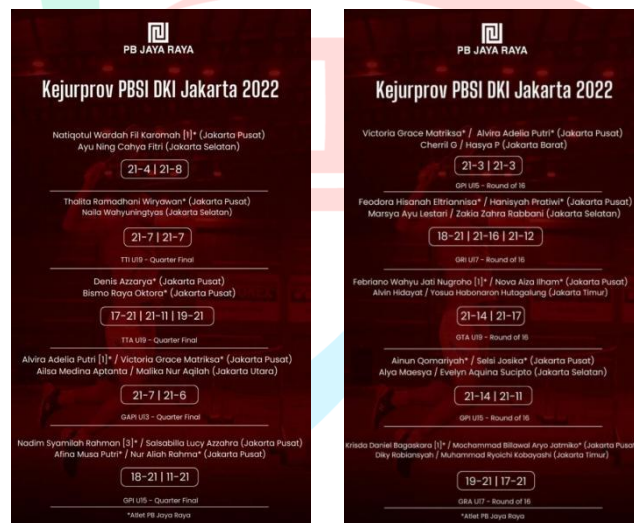
Selain menjadi public relations, adapun pekerjaan yang praktikan kerjakan selama magang di PB Jaya Raya Bintaro ini diluar tugas seorang public relations, yaitu sebagai berikut :

#### **A. Design untuk Skoring**

Dalam kegiatan magang ini, selain menghandle sosial media PB Jaya Raya praktikan juga membuat desain untuk kebutuhan skoring selama pertandingan berlangsung. Beberapa pertandingan, praktikan handle dikarenakan rekan magang praktikan memiliki kejuaraan yang tidak bisa diganggu. Oleh karena itu, praktikan menggantikan job desk rekan magang dengan membuat design skoring selama pertandingan berlangsung. Praktikan harus memasukkan nama-nama atlet yang bermain pada hari tersebut dan menunggu skor yang berada di Tournament Software untuk diinput ke design skoring tersebut, dimana *software* tersebut digunakan untuk melihat hasil skor pertandingan yang ada di seluruh dunia. Design yang praktikan buat nantinya akan diunggah ke Instagram Story akun PB Jaya Raya. Walaupun hanya design sederhana dengan membuat menggunakan aplikasi Canva, namun hal tersebut bukan ranah praktikan untuk mengerjakan hal tersebut.

## B. Skoring

Skoring atau menulis skor beserta nama-nama pemain adalah salah satu hal paling penting saat pertandingan berlangsung. Dengan mengunggah hasil skoring, publik terutama audiens yang ada di Instagram dan Facebook dapat mengetahui hasil pertandingan pada hari tersebut. Skoring umumnya berisi nama pemain, sektor pertandingan, umur, dan asal klub atau negara. Saat pengerjaan, sangat membutuhkan konsentrasi penuh agar penulisan nama, asal klub, dan sektor pertandingan tidak terjadi kesalahan. Dimana dari sektor bulu tangkis, jika ada kesalahan bisa menjadi kesalahan yang cukup fatal, apalagi hasil skoring ini akan diunggah ke media sosial milik perusahaan yang terbilang sudah banyak memiliki pengikut. Sama ketika membuat design skoring, hasil pertandingan dapat dilihat di Tournament Software. PB Jaya Raya menggunakan TS ini sebagai acuan untuk *update* skoring.



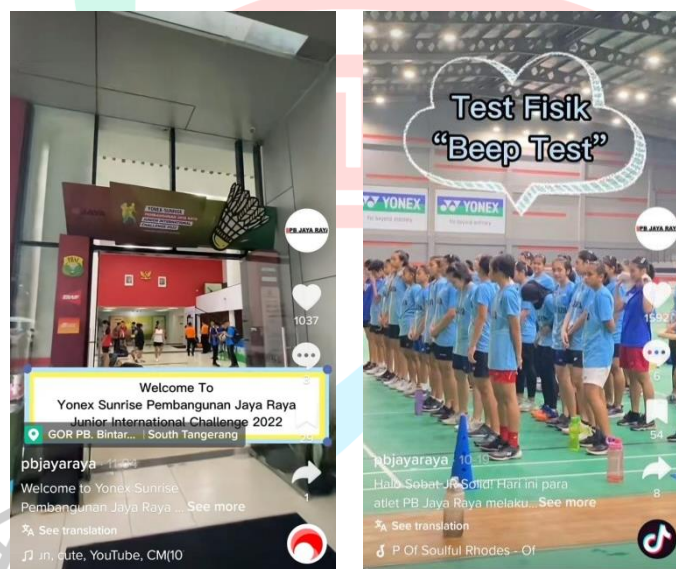
Gambar 3.6 Skoring yang diunggah di IG Story PB Jaya Raya

Sumber : Dokumentasi Pribadi Praktikan

## C. Mengedit Video Untuk Platform Media Sosial PB Jaya Raya

Selama pelaksanaan magang di PB Jaya Raya, praktikan juga diminta untuk mengedit video singkat untuk kebutuhan story dan konten-konten yang ada di Reels Instagram dan TikTok PB Jaya Raya. Hal ini membuat praktikan

harus belajar bersama dengan editor untuk mengedit video, dikarenakan hal ini diluar kuasa praktikan untuk mengerjakan hal tersebut pada umumnya. Video ini bisa diambil dari beberapa *stock shoot* yang kebetulan praktikan ambil sebagai bahan untuk publikasi di Instagram Story PB Jaya Raya, sehingga dalam pemilihan video untuk dimasukkan tidak terlalu sulit bagi praktikan. Umumnya, pengeditan video dilakukan di aplikasi CapCut, karena saat ini pengeditan video bisa dilakukan menggunakan handphone saja dengan kualitas pengeditan yang hampir sama dengan menggunakan PC atau Laptop. Video yang di edit berkisar antara 1 – 3 menit saja, karena berdasarkan riset yang telah praktikan lakukan, audiens lebih senang ketika video tersebut dalam durasi singkat. Berikut ini merupakan salah satu tangkapan layar video yang praktikan edit:



**Gambar 3.7** Video Kegiatan di Platform TikTok PB Jaya Raya

Sumber : Dokumentasi Pribadi Praktikan

#### D. Foto Kegiatan

Sebelum melaksanakan magang di PB Jaya Raya, praktikan tidak pernah menangkap gambar menggunakan kamera DSLR (Nikon atau Canon) dengan lensa yang cukup besar. Hal ini merupakan hal yang baru bagi



praktikan, sehingga saat pengambilan foto kegiatan ini perlu didampingi. Foto kegiatan yang praktikan lakukan yaitu pada saat kegiatan *test* fisik dan *beep test*, dimana kegiatan tersebut dilakukan pada pagi hari dan hanya praktikan yang siap pada saat itu sehingga praktikan diminta untuk segera mengambil momen tersebut di GOR PB Jaya Raya. Praktikan berhasil menangkap beberapa momen terutama saat para atlet sedang melakukan beep test. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pelatih di PB Jaya Raya Beep Test adalah lari hingga waktu tertentu tergantung dengan kemampuan masing-masing dengan tujuan untuk menilai dan mengukur kekuatan para atlet di lapangan. Kemudian, ini juga mengajarkan mereka bagaimana cara mengatur nafas dengan baik untuk mengatur kekuatan pada dirinya. Berikut adalah salah satu tangkapan foto yang dilakukan oleh praktikan saat kegiatan beep test di GOR PB Jaya Raya.



**Gambar 3.8** Kegiatan Atlet Saat Beep Test  
Sumber : Dokumentasi Internal PB Jaya Raya

### 3.3 KENDALA YANG DIHADAPI

Selama praktikan menjalankan kegiatan magang, tentunya muncul kendala karena setiap pekerjaan tentu memiliki permasalahan atau kendala baik itu dari internal maupun eksternal. Adapun kendala yang dihadapi oleh praktikan dalam pelaksanaan magang ini yaitu:

## **1. Platform Utama PB Jaya Raya Kerap Mengalami *Server Down***

Platform media sosial paling aktif dari PB Jaya Raya, yaitu Instagram sering terjadi *down* atau mengalami gangguan sehingga konten-konten yang akan dimuat harus tertunda. Pada saat H-1 pertandingan Yonex Sunrise Pembangunan Jaya Raya, platform Instagram mengalami *down* dan akun @pbjayaraya hilang, sehingga seluruh pihak yang terlibat merasa panik dan pasrah karena pertandingan akan dimulai dan Instagram menjadi salah satu sumber informasi terkini yang dimiliki oleh PB Jaya Raya.

## **2. Peraturan Pihak PB Jaya Raya Terkait Konten**

Keterikatan dengan peraturan-peraturan *brand* yang tidak boleh dimuat dalam konten video, sehingga ada beberapa konten yang harus dihapus dan tidak boleh ditayangkan kembali jika masih terdapat *brand* tersebut. Dan beberapa pegawai PB Jaya Raya yang kurang membuka kesempatan untuk para *brand*, agar PB Jaya Raya dapat disponsori oleh *brand* yang sering digunakan oleh para atlet.

## **3. Pihak Ketiga yang Tidak Responsif**

Saat mendekati pertandingan Yonex Sunrise Pembangunan Jaya Raya Junior International Challenge 2022, kami terutama bagi divisi Humas, Media dan Promosi kedatangan salah satu vendor untuk sosial media. Namun, keberadaan vendor tersebut sangat menghambat kinerja internal divisi Humas, Media dan Promosi. Selain itu, pihak vendor yang tidak responsif membuat beberapa konten terhambat dan pengunggahan konten terlambat.

## **4. Keterbatasan Alat Produksi**

Keterbatasan alat-alat untuk produksi konten khususnya konten untuk pembuatan Podcast di YouTube Channel PB Jaya Raya membuat konten yang ada di YouTube memiliki kualitas yang pas-pasan. Selain itu, planning yang sudah direncanakan terkait podcast harus dibatalkan.

## **5. Kesulitan untuk Menghubungi Narasumber**

Dalam membuat *press release*, narasumber sangat sulit untuk di *reach* tetapi harus menggunakan narasumber tersebut untuk dimintai keterangan terkait, sehingga terjadi keterlambatan penyebaran *press release* kepada rekan media dan website perusahaan.

## **6. Jadwal Pekerjaan yang Cukup Padat**

Pertandingan yang cukup melelahkan dan berjalan selama 6 hari membuat praktikan terlalu lelah dan menyebabkan sakit, sehingga harus istirahat cukup. Dan beberapa konten yang dihandle oleh staff Humas, Media, dan Promosi mengalami keterlambatan untuk diunggah ke berbagai platform media sosial milik PB Jaya Raya.

## **7. Pelimpahan Pekerjaan yang Tidak Seharusnya**

Beberapa pekerjaan yang seharusnya tidak dikerjakan oleh divisi Humas, Media, dan Promosi justru dilimpahkan ke divisi HMP, sehingga pekerjaan divisi menjadi terhambat karena mendahulukan *project* yang diminta. Serta seluruh staff HMP yang tidak biasa menangani pekerjaan tersebut sehingga kami mengalami keterlambatan.

## **8. Minim Sumber Daya Manusia (SDM)**

Minimnya SDM di Divisi Humas, Media dan Promosi membuat *project* konten menumpuk. Sehingga beberapa konten yang sudah direncanakan, batal untuk dibuat. Selain itu konten yang dibuat pun kurang sempurna, dikarenakan tuntutan yang mengharuskan staff untuk *update* sembari mengerjakan *project* lainnya.

## **9. Miskomunikasi Antar Divisi**

Penyampaian pesan dari pihak PB Jaya Raya yang kurang jelas, sehingga sering terjadi miskomunikasi antar divisi, hal ini disebabkan karena

komunikasi dilakukan melalui WhatsApp dan disaat divisi Humas, Media, dan Promosi sedang mengerjakan konten yang harus ditayangkan secepatnya.

### **3.4 CARA MENGATASI KENDALA**

Setiap permasalahan tentu memiliki solusi atau jalan keluar agar menjadi evaluasi kedepannya agar permasalahan tersebut tidak terulang di kemudian hari. Dari kendala yang disebutkan diatas, berikut ini merupakan solusi yang praktikan gunakan sebagai berikut :

1. Menggunakan plan B (pending konten dan ketika sudah pulih langsung diunggah) ketika platform Instagram sedang down dan mencoba untuk menghubungi pihak Instagram melalui email untuk kepentingan pertandingan.
2. Mencoba untuk memberikan sensor terhadap brand-brand yang seharusnya tidak boleh ditampilkan di video dan memotong bagian yang terdapat brand yang dilarang.
3. Mengambil alih seluruh konten yang akan ditayangkan untuk kejuaraan Yonex Sunrise Pembangunan Jaya Raya Junior International Challenge 2022 dan membantu dalam membuat atau mendesain konten agar lebih cepat untuk ditayangkan.
4. Menggunakan alat yang dimiliki dan dipergunakan sebaik mungkin, serta memberikan tambahan seperti microphone kecil yang disambungkan ke kamera agar suara lebih terdengar jelas.
5. Agar press release dapat disebarakan lebih cepat, praktikan mencoba menghubungi pihak PB Jaya Raya yang lebih dekat dengan narasumber untuk dimintai keterangan terkait kejuaraan internasional tersebut.
6. Selama pertandingan, praktikan mengkonsumsi vitamin dan tidur yang cukup. Setelah pulang dari pertandingan, praktikan istirahat yang cukup dan menyimpan energi untuk pertandingan selanjutnya.
7. Membagi tugas-tugas tersebut ke seluruh staff divisi Humas, Media dan Promosi PB Jaya Raya agar pekerjaan dan project cepat selesai, tidak terlambat.

8. Membuat *content planning* agar seluruh project konten dapat terlaksana dan mengatur waktu bersama untuk rencana pembuatan konten. Serta meminta bantuan kepada vendor YouTube untuk mengedit video yang akan segera ditayangkan.
9. Berkomunikasi kembali secara tatap muka dengan pihak PB Jaya Raya dan menyampaikan pendapat satu sama lain agar menemukan jalan tengah atau solusi untuk mengerjakan konten tersebut.

