

BAB IV

KESIMPULAN

IV.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan magang oleh penulis di divisi Public Relations dan Sekretariat di Witel Suramadu, dapat disimpulkan bahwa praktik Public Relations di lingkungan tersebut meliputi penulisan berita untuk portal internal Telkom Indonesia, pembuatan berbagai bahan visual seperti poster, banner, bumper, hingga photobooth, serta keterlibatan dalam kepanitiaan dan dokumentasi kegiatan internal. Seluruh aktivitas tersebut menunjukkan bahwa fungsi PR di Witel Suramadu berperan penting sebagai pengelola komunikasi yang tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga menumbuhkan rasa kebersamaan, semangat, dan identitas kolektif di antara karyawan.

Praktik PR yang dijalankan penulis selama magang kurang lebih sejalan dengan teori *PR News Writing* dan teori komunikasi visual dalam PR. Meski demikian, praktik yang dijalankan juga menunjukkan adanya sisi yang masih perlu dikembangkan, terutama dalam pendalaman pesan atau materi dan eksplorasi ide kreatif yang semestinya membantu agar karya komunikasi memiliki dampak yang lebih kuat terhadap audiens internal. Prioritas pada kuantitas dan kecepatan produksi menjadi salah satu penghambat utama eksplorasi kreativitas dan makna selama berpraktik. Tetapi secara keseluruhan, kegiatan magang ini telah memberikan gambaran nyata tentang bagaimana praktik Public Relations di Witel

Suramadu berperan dalam menjaga hubungan harmonis antara organisasi dan publik internalnya.

IV.2 Saran

Berdasarkan pengalaman pribadi selama menjalani magang di Divisi Public Relations Witel Suramadu, penulis merasa bahwa lingkungan kerja di sana sangat mendukung proses belajar, terutama dalam hal kedisiplinan, tanggung jawab, dan kecepatan kerja. Namun, meskipun penulis sudah sering melakukan evaluasi rutin bersama mentor, penulis merasa bahwa proses evaluasi tersebut masih lebih banyak berfokus pada aspek teknis seperti tata bahasa, struktur tulisan, atau kerapian desain. Kedepannya, akan sangat bermanfaat apabila sesi evaluasi juga lebih menyoroti makna dan arah pesan dari setiap karya yang dibuat. Dengan begitu, mahasiswa magang dapat lebih memahami bagaimana setiap tulisan atau desain tidak hanya memenuhi standar teknis, tetapi juga selaras dengan nilai dan upaya Witel Suramadu dalam membangun semangat pada karyawannya.

Selain itu, penulis juga menyadari bahwa di Witel Suramadu sebenarnya belum terdapat divisi khusus yang menangani bidang *Public Relations*. Seluruh kegiatan PR saat ini dijalankan oleh satu orang PR Officer, yaitu mentor penulis sendiri selama magang. Kondisi ini membuat berbagai aktivitas komunikasi internal dari peliputan berita hingga perencanaan acara hanya hanya bergantung pada satu orang saja, dengan sedikit bantuan anak magang yang ada. Dengan beban kerja yang besar dan cakupan tugas yang luas, penulis merasa praktik PR di Witel tidak dapat berjalan dengan maksimal dan strategis. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar ke depannya Witel Suramadu dapat mempertimbangkan

pembentukan tim atau unit kecil yang secara khusus mendukung tugas-tugas PR.

Dengan adanya tim pendukung, kegiatan komunikasi internal bisa dijalankan dengan lebih efektif dan terencana, serta tidak hanya berfokus pada eksekusi teknis tetapi juga perencanaan strategi komunikasi yang lebih matang.

DAFTAR PUSTAKA

- Chakraborty, D. (2024). Understanding Graphic Design Process in Visual Communication. *International Journal for Multidisciplinary Research (IJFMR)*, 6(3). www.ijfmr.com
- Gregory, A. (2010). *Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach* (3rd ed.). Kogan Page. www.koganpage.com
- Machin, D. (Ed.). (2014). *Visual Communication*. de Gruyter Mouton.
- Page, J. T., & Parnell, L. J. (2021). *Introduction to Public Relations: Strategic, Digital, and Socially Responsible Communication* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Putri, N. A. S., Sulma, N. Y., & Pranoto, P. A. (2023). Peran Public Relations dalam Membangun Komunikasi dengan Publik Internal pada PT Indonesia Power Priok POMU. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 200–209. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Roberts-Crews, J. (2016). *Writing for Strategic Communication Industries*. The Ohio State University.
- Rodsevich, M. (2025, August 4). *How to write a press release*. PRLab. https://prlab.co/blog/how-to-write-a-press-release/?utm_source=chatgpt.com
- Telkom Indonesia. (n.d.-a). *Kode Etik dan Budaya Perusahaan*. PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. Retrieved October 26, 2025, from https://www.telkom.co.id/sites/profil-telkom/id_ID/page/kode-etik-dan-budaya-perusahaan-78
- Telkom Indonesia. (n.d.-b). *Profil dan Sejarah*. PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. Retrieved October 26, 2025, from https://www.telkom.co.id/sites/profil-telkom/id_ID/page/profil-dan-riwayat-singkat-22
- Telkom Indonesia. (n.d.-c). *Struktur Perusahaan*. PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. Retrieved October 26, 2025, from https://www.telkom.co.id/sites/profil-telkom/id_ID/page/struktur-group-perusahaan-208
- Telkom Indonesia. (2024, September 9). *Perkuat Bisnis Teritori, Telkom Transformasi Strategi Organisasi*. PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. https://www.telkom.co.id/sites/news-resources/en_US/news/perkuat-bisnis-teritori%2C-telkom-transformasi-strategi-organisasi-2544?utm_source=chatgpt.com
- Waszkiewicz-Raviv, A. (2022). Functions of Visual Public Relations. On Visual Meaning-Making in PR Practice. *Social Communication*, 1(1), 21–28. <https://doi.org/10.2478/sc-2022-0003>

Widyastuti, A., Christy, A., Pratiwi, R. S., & Permatatika, N. R. (2024). Employee Involvement in Internal Communication Activities PT. Pertamina Hulu Energi. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 9(1), 226–241. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v9i1.1052>