



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

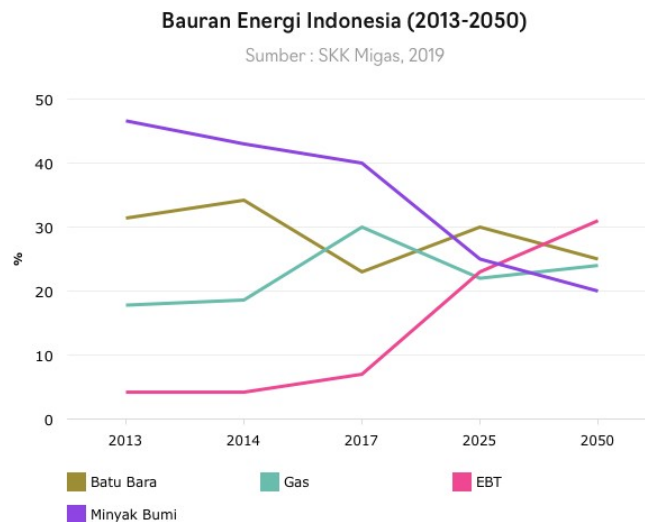
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman terus berjalan khususnya di era modern ini, salah satunya adalah Teknologi. Saat ini Teknologi memiliki dampak yang cukup besar bagi masyarakat. Salah satu teknologi yang berkembang adalah Energi Baru Terbarukan (EBT). Menurut Portal Informasi Indonesia, enam tahun dari sekarang tepatnya di 2025, peran energi baru dan terbarukan di Indonesia diharapkan sudah bisa mencapai 25% dan berpotensi untuk ditingkatkan menjadi 36% pada 2050. (Indonesia.go.id, 2019). EBT adalah proses pengalihan proses pengembangan energi dari fosil menjadi energi alam seperti, angin, air, serta panas bumi yang dihasilkan oleh matahari.

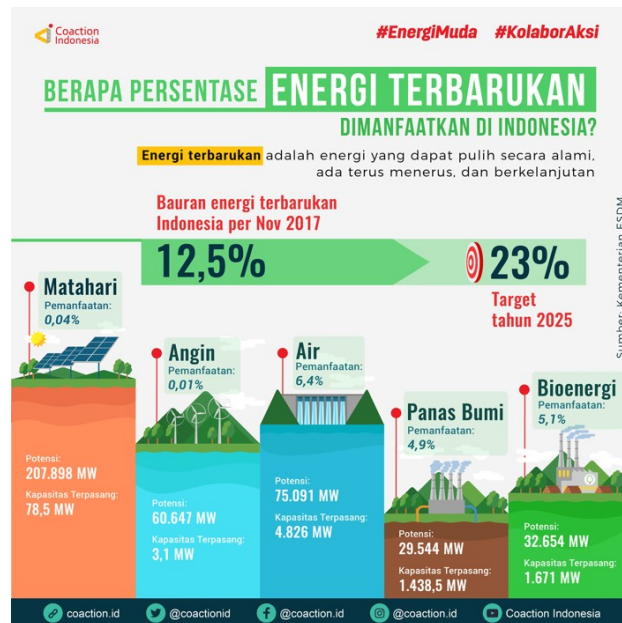
Gambar 1.1 Bauran Energi Indonesia



Sumber : (katadata.co.id, 2019)

Menurut Coaction.id potensi energi terbarukan di Indonesia mencapai 866 GW. Sementara itu, pemanfaatannya pada tahun 2015 baru mencapai 8.78 GW atau sekitar 1% dari potensi yang dimiliki oleh Indonesia.

Gambar 1.2 Presentase energi terbarukan di Indonesia



Sumber: Coaction.id, diakses pada tanggal 1 Oktober 2019

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa sumber energi terbarukan terbesar di Indonesia merupakan Energi Matahari.

Pertumbuhan Industri pengembangan energi semakin berkembang di Indonesia. Salah satu pengembangnya adalah instansi swasta PT Aldebaran Rekayasa Cipta. Dalam proses penurunan penyediaan energi fosil, perusahaan yang kerap disebut Baran Energy ini menjadi pelopor perusahaan energi terbarukan berdasarkan pada energi matahari.

PT Aldebaran Rekayasa Cipta atau yang biasa disebut Baran Energy mempunyai potensi menjadi pelopor perusahaan yang mengembangkan energi baru terbarukan ke dalam sebuah perangkat yang disebut baterai. Baterai tersebut digunakan untuk menyimpan energi terbarukan yang sudah diserap dalam bentuk energi listrik.

Di Indonesia sendiri, Baran Energy merupakan perusahaan pertama yang mengembangkan penyatuan *Solar Panel* dikonversi menggunakan baterai. Untuk di luar Indonesia sudah ada pelopor penggunaan energi terbarukan ini yaitu Tesla, Inc. yang bertempat di Amerika Serikat. Tesla sudah mendirikan perusahaannya sejak tahun 2003. Inovasi baru di Indonesia ini membuat masyarakat berpendapat bahwa Baran Energy merupakan sosok Tesla untuk Indonesia.

Dalam melakukan publikasi dan promosi terhadap produk dan profil perusahaan, Baran Energy menggunakan beberapa aktivitas *Public Relations* antara lain adalah *event management* dan *media relations*. Aktivitas tersebut dilakukan untuk mencapai publisitas. Beberapa aktivitas tersebut dilakukan oleh Baran Energy bertujuan untuk membangun serta meningkatkan reputasi yang sudah ada. Dalam membangun serta meningkatkan reputasinya Baran Energy memilih aktivitas *Public Relations* seperti melakukan *event product launching*, melakukan hubungan dengan para media, serta melakukan pembuatan *press release*.

Pengertian dari *Public Relations* sendiri menurut *The British Institute of Public Relations* adalah “*Public relations activity is management of communication between an organization and its public*” yang artinya adalah Aktivitas *Public relations* adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya (Ruslan, 2010, H. 15).

Berlandas pada definisi di atas dapat disimpulkan bahwa inti dari aktivitas *Public Relations* adalah untuk mendapatkan pendapat atau citra yang baik dari khalayak. Maka dari itu, Baran Energy melakukan beberapa aktivitas *Public Relations* dalam perjalanan membangun reputasi.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Program kerja magang dilaksanakan untuk memenuhi beberapa tujuan dalam mempertajam kemampuan bekerja pada dunia nyata. Antara lain;

1. Mengimplementasikan ilmu yang didapat selama masa perkuliahan khususnya dalam bidang *Public Relations* seperti *Event Management*, *Media Relation*, dan *Public Relations Writing*.
2. Mengetahui aktivitas *Public Relations* yang diterapkan di PT Aldebaran Rekayasa Cipta

1.3 Waktu dan Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Program Kerja Magang dilakukan selama 60 hari (3 Bulan) terhitung dari 6 Agustus 2019 sampai 5 November 2019. Hari kerja magang yang dilaksanakan pada hari Senin, Selasa, Rabu, Kamis, dan Jumat. Jam kerja dimulai pukul 08.00 – 17.00.

1.3.2 Pelaksanaan Kerja Magang

1. Mengikuti seminar pembekalan magang yang diadakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi pada hari Rabu, 15 Mei 2019 pukul 13.00 – 17.00 WIB di Function Hall, UMN.
2. Menyiapkan surat lamaran, *Curriculum Vitae*, serta transkrip nilai (semester 1-5) untuk siap dikirimkan ke PT Aldebaran Rekayasa Cipta dan melakukan wawancara pada 31 Juli 2019.
3. Mengajukan formulir pengajuan kerja magang (KM-01) kepada pihak kampus untuk persetujuan Kepala Program Studi pada tanggal 2 Agustus 2019.
4. Menerima surat pengantar kerja magang (KM-02) dari pihak kampus pada tanggal 5 Agustus 2019. Calon kantor tempat kerja magang langsung dituju untuk memberi tahu bahwa pihak kampus telah menyetujui. Pada hari itu juga pihak perusahaan menerima.
5. Pada tanggal 5 Agustus langsung menyerahkan surat pengantar kerja magang (KM-02) kepada BAAK untuk memperoleh Kartu Kerja

Magang (KM-03), Kehadiran Kerja Magang (KM-04), Laporan Realisasi Kerja Magang (KM-04), Penilaian Kerja Magang Universitas Multimedia Nusantara (KM-06), Lembar Verifikasi Laporan Magang (KM-07).

6. Menjalankan program kerja magang selama 60 hari (3 Bulan) di PT Aldebaran Rekayasa Cipta (Baran Energy) sebagai *Public Relations Internship*.
7. Melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing
8. Menyusun laporan magang.