



### **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 III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

Program kerja magang yang dilakukan berada pada divisi *Public Relations Internship* yang dinaungi di bawah divisi *Public Relations* selama 60 hari (3 bulan). Di dalam divisi *Public Relations*, jabatan tertinggi diduduki oleh Aryo Wijoyo selaku *PR Executive* yang menjadi pembimbing lapangan selama program kerja magang berlangsung. Ada pula bimbingan yang diberikan selama program kerja magang berlangsung antara lain adalah proses melakukan perancangan *event* untuk *product launching*, bagaimana cara menjalin hubungan dengan media, serta pembahasan mengenai gaya bahasa untuk *Press Release* yang akan diberikan kepada media pada hari *event*.

Selain melakukan tugas umum, tugas lain juga dilakukan selama produksi *event*, seperti pemilihan gambar untuk diberikan kepada media, serta penentuan gaya bahasa untuk iklan supaya diselaraskan dengan Divisi *Marketing Communication*, melakukan beberapa kali pengecekan untuk *press release*, serta berkomunikasi kepada beberapa media terkait berita yang akan diangkat.

#### **3.2 Tugas yang Dilakukan**

Selama tiga bulan menjalani praktik kerja magang terdapat tugas utama yang dikerjakan yaitu *event management* dan *media relations*. *Event Management* ini dilakukan bertujuan untuk melaksanakan *product launching* di berbagai macam kota. Antara lain adalah Jakarta, Bandung, Kalimantan, serta Semarang. *Event* sendiri mempunyai beberapa definisi salah satunya adalah dari Goldbatt (2008) yaitu pertemuan yang bersifat sementara dan bertujuan untuk menggabungkan beberapa orang. Maka dari itu, *events managment* merupakan aktivitas dari

organisasi yang berupa koordinasi dan memiliki tujuan objektif dari acara tersebut (Bladen, C. Kennell, J. Abson, E. Wilde, N., 2018, h. 2).

Selain itu hal yang dilakukan dalam Program Kerja Magang adalah *Media relations*. *Media Relations* yang dilakukan lebih berfokus pada media *online* dan melakukan pembuatan *press release*. *Event Management* yang dilakukan berfokus pada proses perancangan *product launching*. Ketika melakukan *media relations* hal yang bisa didapat adalah beberapa kontak *PIC* dari berbagai media serta mengasah cara menulis yang baik lalu dapat diangkat ke media. *Media relations* atau hubungan pers sendiri memiliki arti yaitu upaya-upaya untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman kepada bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Barbara Averill secara ringkas menyebutnya dengan publisitas (Yuliana, 2014, h. 23).

Adapun tugas lainnya yang berkaitan dengan *media relations* dan *Public Relations* adalah *PR Writing*. Pada mulanya tugas dari hanya pengecekan hasil *press release*. Setelah beberapa saat melakukan program kerja magang diberikan tanggung jawab untuk membuat *press release* karya hasil sendiri untuk diberikan kepada media. *Press release* adalah sebuah berita atau informasi yang disusun oleh sebuah organisasi yang menggambarkan kegiatannya (*a piece of news written by the organization whose activities it describes*) (Kriyantono, R. 2008).

**Tabel 3.2.1 Klasifikasi pekerjaan per minggu**

Minggu ke -	Tugas yang dilakukan
1	Perkenalan pribadi, Penjelasan <i>job description</i> dari <i>Public Relations</i> di Baran Energy. Bimbingan bagaimana cara menangani Event (Bandung). Kontak <i>venue</i> , perancangannya acara, membuat <i>rundown</i> acara <i>product launching</i> di Bandung. Persiapan <i>press release</i> untuk Event. Menjadi L.O media saat hari H acara.
2	Menjadi koordinator penanggung jawab media <i>Event Launching</i> Produk di Bandung. Perancangan pembuatan <i>event</i> 17-an untuk Kantor. Perancangan Event Baran keliling Indonesia untuk <i>product launching</i> .

3	Perancangan Event Baran keliling Indonesia untuk <i>Product Launching</i> . Pembuatan <i>Press Release</i> mingguan untuk diberikan kepada media yang berkaitan dengan isu terkini.
4	Pelatihan pembuatan <i>Press Release</i> bersama dengan pembimbing lapangan
5	Persiapan <i>Event Baran launching</i> di Surabaya. Kontak <i>venue</i> , persiapan tiket pesawat, kontak media.
6	Pembuatan konten untuk <i>event</i> Surabaya disesuaikan dengan gaya bahasa yang disampaikan di media.
7	Pembuatan konten <i>press release</i> untuk ditayangkan ke Instagram. Pelatihan pembuatan <i>press release</i> .
8	<i>Brainstorming product launching event</i> (baran keliling Indonesia), <i>reschedule</i> jadwal, pemilihan <i>venue</i> yang tepat sesuai dengan klasifikasi.
9	Persiapan <i>event product launching</i> di Balikpapan. Menyiapkan <i>press release</i> untuk hari H <i>event</i> .
10	<i>Monitoring event</i> Balikpapan, <i>venue</i> , dan segala urusan hari H serta <i>press release</i> dan media. Persiapan kontak konsumen untuk pemindahan <i>venue</i> .
11	Pengaturan jadwal pertemuan dengan Korean ICT, perusahaan Korea yang sedang mencari partner bersama perusahaan Indonesia.
12	Pembuatan <i>press release</i> . Persiapan baran keliling Indonesia
13	Perancangan <i>event</i> internal kantor untuk <i>gathering</i> bersama di <i>car free day</i> Jakarta. Rekap hasil kerja magang selama 3 bulan

Sumber : Data pribadi

**Tabel 3.2.2 Timeline pekerjaan per-minggu**

Aktivitas	Agustus			September				Oktober				November	
Minggu ke-	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Persiapan <i>event</i> Bandung	x												
<i>Event</i> Bandung		x											
<i>Press Release Event</i> Bandung	x	x											
Persiapan <i>Event</i> Surabaya			x	x									
<i>Event</i> Surabaya				x									
<i>Press Release</i> Surabaya			x	x									
Persiapan Baran keliling Indonesia			x	x				x				x	
Persiapan <i>Event</i> Kalimantan									x				
<i>Event</i> Kalimantan									x				
<i>Press Release Event</i> Kalimantan									x				
<i>Press Release</i> general			x	x								x	
<i>Event Internal</i> 17 Agustus			x										
<i>Event Internal car free day</i>													x
<i>Event</i> Korean ICT											x		

Sumber : Data pribadi

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 *Event Management*

*Event management* merupakan salah satu aktivitas yang dilakukan selama program kerja magang berlangsung. Salah satunya adalah *product launching event*. *Event* ini dilakukan dalam rangka memberikan edukasi serta informasi mengenai produk yang ditawarkan yaitu *Powerwall*. *Event* diadakan di beberapa Kota di Indonesia antara lain adalah Jakarta, Bandung, Surabaya, Kalimantan, hingga Semarang.

Kota-kota tersebut dipilih berdasarkan hasil survei yang sudah dilakukan sebelumnya melalui akun Instagram milik Baran Energy. Dalam susunan acara *event* tersebut terdapat beberapa rangkaian acara seperti pengenalan produk dan informasi, tanya jawab secara langsung, serta proses pembelian.

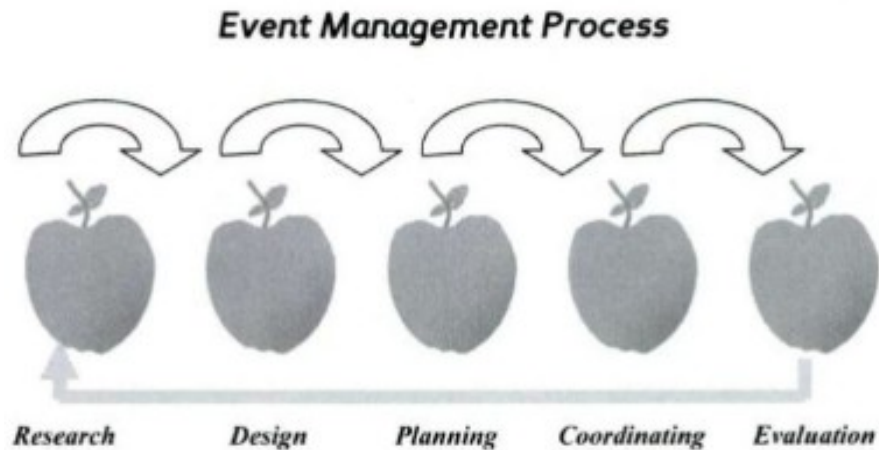
*Pada dasarnya event* bukanlah sesuatu yang permanen, *event* diadakan secara berbeda waktu, di berbeda lokasi dan untuk tujuan yang berbeda. Jika ada kesamaan tujuan dalam suatu pembuatan atau perancangan *event* maka akan ada karakteristik yang membedakan *event* yang satu dengan yang lainnya. Rosady Ruslan (2012) dalam bukunya *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*, pengertian dari ajang (*event*) adalah sebuah ajang yang biasanya dilaksanakan untuk mendapatkan perhatian dari media, klien, perusahaan, atau produk.

Saat ini *Event Management* menjadi semakin dibutuhkan. Lantaran beberapa perusahaan kerap menjadikan *event* sebagai salah satu aktivitas yang digunakan untuk mempromosikan perusahaan atau produk yang dimilikinya. Kegiatan *Event Management* memiliki beberapa tahapan yaitu: riset, desain, perencanaan, koordinasi dan evaluasi (Pudjiastuti, 2010, h. 17). Beberapa dari perusahaan yang ada memutuskan seorang *Public Relations* bertanggung jawab mempersiapkan *event* yang akan dilaksanakan oleh perusahaan mereka salah satunya adalah Baran Energy. Pelaksanaan *Event* ini dipilih karena diyakinkan dapat mengetahui *audience* atau pembeli secara langsung serta dapat mengetahui secara langsung minat dari para calon pembeli.

Dalam sebuah perancangan pembuatan *event* atau *event management* sebuah penelitian dilakukan untuk mengurangi kegagalan dalam pelaksanaan acara. Penelitian ini juga dapat menjabarkan apa kebutuhan dan keperluan yang harus disiapkan selama acara berlangsung dan sesuai dengan harapan khalayak yang dituju.

Menurut Goldblatt, ada lima tahap yang harus dilakukan untuk menghasilkan *Special Event* yang efektif dan efisien, yaitu, penelitian, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi (Pudjiastuti, 2010, h.xxxviii).

Gambar 3.3.1 Tahap Event Management



Sumber: Pudjiastuti, 2010, h.xxxix

Dalam kelima tahapan tersebut berkaitan dengan apa yang dilakukan selama proses pelaksanaan kerja magang berlangsung. Hal tersebut harus dikaitkan definisi dengan apa yang dipraktikkan.

1. *Research* (penelitian)

Penelitian yang dilakukan dengan baik akan mengurangi risiko kegagalan dalam pelaksanaan *event*. Penelitian ini dilakukan untuk menentukan kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi dari khalayak sasaran. Sehingga, dengan pembuatan penelitian ini diharapkan mereka tertarik dengan *event* yang diselenggarakan karena sesuai dengan harapan mereka. Selama proses pelaksanaan program kerja magang proses penelitian ini dilakukan oleh Baran Energy. Hal yang dilakukan adalah melakukan survei melalui media sosial yaitu Instagram untuk mengetahui kota mana yang mereka harapkan didatangi oleh Baran Energy untuk melaksanakan *event product launching*. Pada awalnya kota yang dipilih setelah pelaksanaan *event* di Bandung adalah Semarang, Surabaya, dan Balikpapan. Setelah melaksanakan survei ternyata antusias paling tinggi berada di kota Surabaya maka kota yang dipilih ada Surabaya lalu dilanjutkan ke hasil survei tertinggi kedua.

Acara yang mereka harapkan adalah penjelasan lebih spesifik mengenai produk yang ditawarkan serta penjelasan program kepemilikan dari Baran Energy yaitu program Rp1. Mereka pun mengharapkan ada sesi tanya jawab secara langsung dengan CEO dari Baran Energy yaitu Victor Wirawan. Hal tersebut sudah dilakukan sehingga itu menjadi ciri khas dari *event product launching* yang dibuat oleh Baran Energy yaitu bertemu dan bertanya jawab secara langsung dengan Victor Wirawan.

## 2. *Design* (desain)

Dalam membuat *event* yang spektakuler memerlukan kreativitas yang luar biasa dari pelaksanaan acara tersebut. Kemampuan *showmanship* mereka dalam menciptakan gerakan, suara, permainan suara, cahaya, mendesain area, serta menciptakan kesan yang mendalam bagi para pengunjung. Dalam tahapan ini yang dilakukan selama program kerja magang adalah persiapan presentasi untuk hari pelaksanaan acara. Presentasi yang ditampilkan dibuat menarik sehingga membuat para konsumen berkonsentrasi mengikuti acara. Dengan ilustrasi bagaimana *Powerwall* ini akan bekerja. Pergerakan dan animasi pun ditambahkan untuk menambah daya tarik. Ilustrasi bagaimana cara kerja produk pada siang dan malam bertujuan untuk membuat para konsumen yang datang pada hari acara mengerti bagaimana cara kerja dari produk yang ditawarkan. Serta penambahan acara tanya jawab langsung dengan CEO yang membuat itu sangat menarik.

## 3. *Planning* (perencanaan)

Proses perencanaan dilakukan setelah analisis situasi dilakukan bersamaan dengan desain. Banyak hal yang harus dipertimbangkan pada saat perencanaan sehingga susunan perencanaan sering kali mengalami perubahan, penambahan, serta pengurangan sesuai ketersediaan sumber daya yang ada. Selama melaksanakan program kerja magang dan perencanaan *event* seperti penambahan sumber daya manusia yang ikut pada hari pelaksanaan. Pergantian *venue* karena tidak tersedia, sampai perubahan tanggal karena kurang *audiens*. Hal tersebut dilakukan pada



tahapan perencanaan. Penambahan sumber daya manusia dilakukan karena banyaknya antusias konsumen sehingga tidak bisa ditampung jika hanya beberapa karyawan saja yang ikut. Akomodasi dan transportasi menuju kota-kota tersebut harus direncanakan dan dapat pula berubah sesuai situasi dan kondisi.

#### 4. *Coordinating*

Melaksanakan sebuah *event* memerlukan berbagai keahlian agar menjadi acara yang sukses dan kemudian mampu meningkatkan citra perusahaan. Pihak-pihak yang terlibat dalam sebuah pelaksanaan *event* antara lain adalah pemasaran, musik, grafik, dan dekorasi. Pada pelaksanaan magang kordinasi ini dilakukan untuk membagi *jobdesc* masing-masing divisi yang mengikuti rangkaian acara seperti *marketing*, *sales*, dan *finance*. Tujuan dari masing-masing divisi pun berbeda. Koordinasi ini dilakukan untuk memberikan tanggung jawab kepada masing-masing divisi sesuai dengan pekerjaannya. Tugas dari divisi *public relations* pada hari H pelaksanaan adalah memastikan setiap divisi sudah berada pada posisi masing-masing dan mengerti apa yang harus dilakukan. Gladi bersih acara biasa dilakukan untuk meminimalisir terjadinya kesalahan pada hari acara.

#### 5. *Evaluation* (evaluasi)

Tahapan evaluasi menjadi sangat penting dalam rangkaian sebuah *event* tetapi, terkadang beberapa organisasi atau perusahaan tidak melaksanakan hal tersebut karena sudah merasa puas hasil yang didapatkan. Tujuan dari dilaksanakan evaluasi adalah untuk melihat tingkat keberhasilan acara yang sudah berjalan dan mengurangi kesalahan yang sudah terjadi dikemudian hari. Baran Energy selalu melakukan evaluasi dalam setiap *event* yang dilaksanakan. Hasil yang didapat sangat penting untuk pelaksanaan *event* selanjutnya. Beberapa hasil evaluasi yang didapat selama program pelaksanaan kerja magang antara lain mengenai konsep presentasi. Pemilihan *venue* di XXI ternyata tidak sesuai dengan spesifikasi presentasi yang ada dengan

animasi yang dimiliki. Maka dari itu untuk pelaksanaan *event* selanjutnya terdapat pilihan untuk membuat presentasi dengan konsep baru atau mencari *venue* lain yang sesuai. Pada beberapa kota konsep presentasi baru yang dilaksanakan karena memang hanya ada bioskop XXI. Sementara di kota lain yang memiliki pilihan bioskop lain seperti CGV dapat digunakan sebagai *venue* karena memiliki layer yang sesuai dengan presentasi yang sudah dibuat. Pemilihan tanggal di hari kerja pun menjadi evaluasi, karena beberapa konsumen memberikan masukan untuk mengubahnya ke hari Sabtu ataupun Minggu supaya mereka dapat hadir.

Dalam pelaksanaan program kerja magang semua tahapan perencanaan yang diungkapkan oleh Goldbatt terlaksanakan semua hanya saja beberapa definisi yang disebutkan dapat terjadi persis tetapi, dapat berkurang atau bertambah sesuai dengan kondisi yang terdapat di lapangan. Dalam semua tahapan *event management* di Baran Energy proses perencanaan yang paling sulit karena hampir setiap 2 minggu sekali *event product launching* dilaksanakan sehingga ketika masih melakukan perencanaan di *event* di 1 kota harus segera melakukan perencanaan di kota lain.

**Gambar 3.3.2 Contoh desain pengumuman Event Launching Product kota Balikpapan**



Sumber : [Instagram.com/baranenergy](https://www.instagram.com/baranenergy)

Divisi-divisi terkait seperti *marketing*, *sales* dan *design* pun turut membantu mengsucceskan rangkaian acara. *Follow up* menjadi sangat penting dalam perencanaan sebuah *event* untuk mengurangi kesalahan penyampaian berkomunikasi yang dapat menimbulkan kesalahan terjadi.

### **3.3.2 Media Relations**

*Media relations* merupakan salah satu bagian dari *Public Relations* yang cukup dikenal karena yang dihasilkan dapat dilihat secara langsung berupa *exposure* dari media kepada khalayak. Berita yang dibuat dapat disampaikan secara halus.

*Media relations* adalah hasil atau koordinasi berkelanjutan dari sebuah komunikasi serta hubungan antar individu, kelompok, organisasi serta media itu sendiri. Dalam definisi tersebut dapat dilihat bahwa praktisi *media relations* dapat mengambil dua peran kepada media: yaitu sebagai komunikator dan sebagai pengelola hubungan (Johnston, 2013, h. 6).

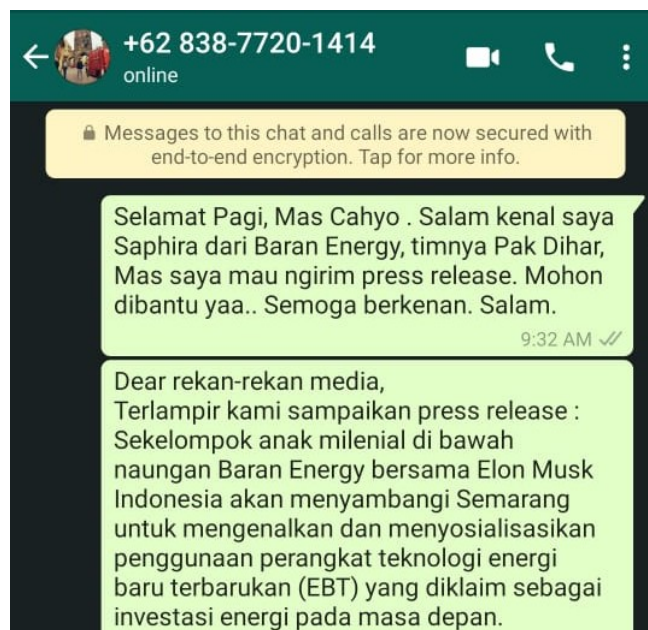
Dalam melakukan *media relations* terdapat beberapa kegiatan yang dapat dilakukan seperti melakukan *press release* hal tersebut sudah dilakukan oleh Baran Energy. Melakukan kegiatan *media relations* sangat penting bagi seorang praktisi *Public Relations* karena dengan hubungan yang baik dengan para media akan memungkinkan Baran Energy mendapatkan publisitas yang baik. Selain melakukan *press release* tidak pula seorang praktisi *Public Relations* harus ingat untuk melakukan *follow up* kepada media mengenai berita yang ingin dipublikasikan.

Aktivitas yang dapat dilakukan untuk melaksanakan *media relations* sangat beragam terdapat *press conference*, *press release*, *media visit*, *media gathering*, serta *company visit*. Hal tersebut dapat menjadi referensi untuk penambahan aktivitas yang dilakukan di Baran Energy.

Dalam pelaksanaan *media relations* seorang praktisi *Public Relations* harus menjalin hubungan yang baik. Menjaga hubungan tersebut karena dikemudian hari pasti akan membutuhkan bantuan dari para media. Tugas dan fungsi dari seorang praktisi *Public Relations* adalah menyampaikan keunggulan sebuah produk

maupun jasa yang ditawarkan perusahaan kepada masyarakat, yang diharapkan dapat membentuk citra positif kepada pihak ketiga (target sasaran). Satu-satunya cara agar tujuan yang diinginkan oleh perusahaan dapat tercapai adalah dengan menjalin hubungan yang baik dengan media (Yuliana, 2014, h. 35).

**Gambar 3.3.3** Penghubungan salah satu Media untuk Media Relations



Sumber : Data pribadi

Baran Energy memiliki keunikan yaitu menjadi pelopor penyimpanan energi yang dihasilkan oleh matahari melalui solar panel lalu disimpan di baterai yang merupakan hasil karya anak bangsa. Baterai yang dihasilkan oleh Baran Energy pun dapat menjadi alat yang digunakan untuk mengkonversi mobil dari bahan bakar diesel menjadi listrik. Hal tersebut menjadi unik dan baru di Indonesia sehingga mempunyai daya tarik tersendiri. Kelebihan ini dapat dimanfaatkan oleh Baran Energy dengan melakukan *company visit* yang dapat membantu menaikkan popularitas dan dapat menjadi alat bantu promosi dari perusahaan sehingga mendapatkan publisitas yang baik.

Seperti yang dilakukan dalam melakukan aktivitas *Public Relations* Baran Energy melakukan *media relations* dengan membuat *press release* yang diberikan kepada media-media untuk disebar. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap tingkat kesadaran masyarakat mengenai perusahaan serta produk yang dipasarkan. Hubungan dengan media tidak dilaksanakan selama pelaksanaan *event* saja karena *press release* mingguan atau yang lebih bersifat luas tetap harus dipublikasikan.

Selama proses pelaksanaan magang dilakukan *follow up* terhadap rekan media untuk melihat apakah *press release* yang diberikan sudah diunggah. Baran Energy pun melakukan *tea time* dengan para media untuk tetap menjaga komunikasi yang baik dan saling bertukar pikiran. Setelah melakukan penyebaran *press release* kepada media hal yang dilakukan adalah mengunggah hasil berita ke media sosial. Divisi *Public Relations* memberikan hasil yang sudah diunggah kepada divisi *marketing* untuk menyebarkan berita yang sudah ada di media sosial untuk meningkatkan daya tarik bagi para pembaca khususnya para konsumen yang sudah mengikuti media sosial dari Baran Energy sendiri.

Hubungan dengan media sedikit banyak berpengaruh terhadap reputasi serta citra yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dikarenakan perusahaan ataupun organisasi membutuhkan bantuan media untuk mendapatkan sebuah publisitas yang berpengaruh terhadap reputasi.

### **3.3.3 *Public Relations Writing***

Dalam melakukan pekerjaannya praktisi *public relations* mempunyai alat-alat kegiatan (*PR tools*). Salah satunya merupakan *press release*, ketika seseorang ingin membuat sebuah *press release* maka keahlian yang diperlukan adalah menulis yang biasa juga disebut dengan *Public Relations Writing*.

Tujuan dibuatnya sebuah *press release* adalah sebagai publisitas untuk disebar kepada media-media. Wisaksono Noenardi mengatakan bahwa 70% kegiatan komunikasi *public relations* adalah menulis sisanya kegiatan komunikasi lainnya (Kriyantono, 2008, h. 94).

*Public relations writing* dapat didefinisikan sebagai “Aktivitas menulis atau membuat produk-produk tulisan yang didesain untuk membangun dan menjaga hubungan positif dengan publik yang dapat memengaruhi citra organisasi” karena itu, tujuannya adalah menginformasi dan memengaruhi sikap dan perubahan perilaku publik (Kriyantono, 2008, h. 95).

Salah satu hal yang dapat dilakukan ketika melakukan *Public Relations Writing* adalah membuat *press release*. *Press release* atau yang biasa disebut juga dengan *news release* merupakan produk tulisan yang dapat dibuat oleh praktisi *public relations*. Fungsinya adalah sebagai wadah informasi yang akan diberikan kepada media untuk dipublikasikan dan dapat menjadi publisitas bagi perusahaan.

*Press release* adalah sebuah berita atau informasi yang disusun oleh sebuah organisasi yang menggambarkannya (Kriyantono, 2008, h. 146). Di dalam perusahaan Baran Energy, banyak melakukan kegiatan *event* yang memerlukan publisitas. Selain menggunakan media sosial, hal yang dilakukan adalah mengirimkan *press release* kepada berbagai media mengenai *event* yang berlangsung.

Dalam proses pembuatan *press release* pun tidak bisa disamakan dengan berita jurnalistik. Terdapat beberapa perbaikan dan kebijakan sebelum diberikan kepada media dan dimuat oleh media.

Selama pelaksanaan magang berlangsung yang dilakukan adalah belajar mengenai pembuatan *press release*, diminggu pertama magang ketika melaksanakan *event* di Bandung, pembimbing lapangan meminta untuk dibuatkan *press release* untuk *event* tersebut yang dikaitkan dengan topik yang dibicarakan.

*Press release* mempunyai anatomi seperti berikut: (Iriantara, Y., Surachman, Y., 2011, h. 87).

1. Judul

Pada dasarnya judul adalah semacam etalase bagi *press release* yang kita buat. Sehingga pemilihan judul yang menarik sangatlah penting. Ketika melaksanakan kerja magang salah satu judul yang dibuat adalah “Si Putih, Inovasi milik Baran Energy”, Si Putih merupakan *Powerwall*,

yaitu produk dari Baran Energy. Hal tersebut membuat orang penasaran apa arti dari si putih tersebut.

## 2. Baris Tanggal

Di tempatkan di bawah judul yang berisi informasi waktu dan tempat berita ditulis atau waktu kejadian. Hal ini sudah dilakukan selama program kerja magang khususnya tempat kejadian karena beberapa *press release* fokus kepada wilayah atau kota tempat *event* berlangsung.

## 3. Teras

Paragraf awal dari siaran pers yang kita buat adalah teras. Teras ini menjadi sangat penting bagi pembuatan *press release* karena ini menentukan apakah pembaca akan meneruskan bacaannya atau tidak. Kita harus menggunakan piramida terbalik diupayakan untuk membuat dua paragraf awal menjadi penting dan sudah mencakup semua informasi yang dimaksud.

## 4. Tubuh

Pada dasarnya tubuh berita memberikan informasi lebih perinci dari aspek tertentu suatu peristiwa. Dalam tubuh harus digunakan 5W+1H yang mencakup *why, when, where, who, what* dan *how* untuk menjelaskan secara spesifik peristiwa yang terjadi.

Dalam pembuatan *press release* di Baran Energy, pembimbing lapangan membimbing dari segi penulisan dan cara menyampaikan pesan sehingga dapat dirangkai menjadi satu kalimat yang menarik. Pemilihan judul dan *lead* menjadi sangat penting menurut apa yang didapatkan selama program pelaksanaan magang. Baran Energy ini memiliki daya tarik yaitu pelopor perusahaan yang mengembangkan baterai untuk penyimpanan listrik yang dihasilkan oleh panel surya. Sehingga beberapa judul dan *lead* dalam *press release* yang digunakan berkaitan dengan hal tersebut.

Beberapa *press release* sudah dibuat selama program pelaksanaan kerja magang berlangsung. Namun, tidak semua dapat diberikan kepada para media karena harus melewati pemeriksaan oleh pembimbing lapangan apakah *press release* tersebut layak atau tidak dan sesuai dengan topik yang dibicarakan.

**Gambar 3.3.4 Contoh Press Realese yang Dibuat**



*Press Release*

Listrik Pulau Jawa Mati Serentak, Permintaan Energy Storage System Meningkat

**JAKARTA** – Peristiwa mati lampu yang cukup lama di sejumlah daerah Pulau Jawa, seperti di Jakarta, Banten, Jawa Barat, serta Jawa Tengah, Minggu (4/8/2019) siang, hingga malam secara serentak, menyebabkan permintaan *energy storage system* (baterai penyimpan energi skala besar) produksi Baran Energy meningkat drastis.

PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) atau PLN menjelaskan penyebab pemadaman listrik karena ada gangguan pada sisi transmisi Ungaran dan Pematang 500 kV. Hal ini mengakibatkan transfer energi dari timur ke barat mengalami kegagalan. Akibatnya, seluruh pembangkit di sisi tengah dan barat Jawa mengalami gangguan (trip). Aliran listrik kemudian padam di wilayah Jabodetabek, sebagian Jawa Barat dan Jawa Tengah.

Victor Wirawan, selaku founder dan CEO Baran Energy mengatakan, peristiwa mati lampu hamper 12 jam tersebut, semestinya tidak perlu terjadi, jika masyarakat mulai beralih menggunakan energi alternatif, berupa energi baru dan terbarukan (EBT).

Sumber : Data Pribadi

### **3.4 Kendala dan Solusi dalam Pelaksanaan Proses Magang**

Kendala yang ditemukan selama melaksanakan kegiatan magang di PT Aldebaran Rekayasa Cipta antara lain adalah mengenai *deadline* yang diberikan. Selama masa perkuliahan berlangsung, biasanya diberikan *deadline* oleh dosen selama seminggu. Namun, ketika bekerja *deadline* yang diberikan untuk membuat sebuah *press release* hanya 1 hari saja tetapi, hal tersebut dapat terselesaikan dengan membuat skala prioritas. Mengumpulkan semua informasi terkait *press release* yang dimiliki oleh Baran Energy, menyortir setiap pokok bahasan yang sesuai dengan materi *press release* yang akan dibuat sehingga *deadline* yang diberikan 1 hari tersebut dapat terpenuhi. Setelah pembuatan *press release* pun hasilnya harus diberikan kepada pembimbing untuk diperiksa tulisan dan keabsahannya. Sehingga, pengiriman kepada pihak media memerlukan waktu lebih dari 1 hari. Selama masa proses magang berlangsung tidak ditemukan banyak kendala karena keseluruhan perusahaan sangat *support* mengenai jadwal kuliah yang masih dilaksanakan. Hanya saja terdapat beberapa hari yang mengharuskan



izin melakukan kegiatan kerja magang karena masih memiliki mata kuliah yang diikuti, serta ketika melakukan ujian tengah semester maupun ujian akhir semester.