



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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**

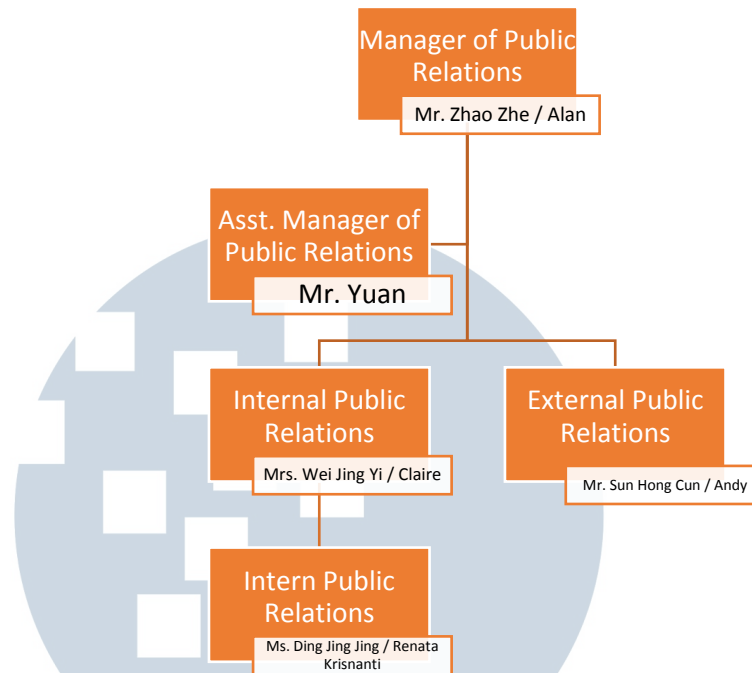
### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

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

Dalam melaksanakan praktik kerja magang, penulis ditempatkan di departemen Internal Public Relations, mengelola arus komunikasi internal PT Guohua Listrik dan juga PT GH EMM Indonesia, salah satu unit bisnis PT Guohua Listrik. Departemen ini bertugas merancang dan menjalankan strategi komunikasi internal perusahaan, memastikan segenap *stakeholder* internal menerima pesan terkait PT GH EMM Indonesia sekaligus menjadi jembatan komunikasi antara karyawan PT GH EMM Indonesia dengan PT Guohua Listrik.

Adapun jumlah total keseluruhan karyawan dimiliki oleh China Shenhua Guohua Electric Power Company adalah lebih dari 17.000 karyawan. Perusahaan ini mengelola 21 anak perusahaan hingga akhir tahun 2017. Sementara itu, jumlah karyawan di PT Guohua Listrik Indonesia hingga akhir tahun 2017 adalah 1.258 orang, 379 orang di antaranya merupakan karyawan berkebangsaan Tiongkok yang menetap sementara di Indonesia, 879 lainnya merupakan karyawan berkebangsaan Indonesia. Dengan lokasi anak perusahaan yang menyebar di beberapa daerah dan jumlah karyawan yang besar, komunikasi antarkaryawan menjadi sesuatu yang sangat penting untuk dimiliki. Komunikasi antarkaryawan yang harmonis bisa menciptakan iklim organisasi yang harmonis pula. Dengan demikian, karyawan dapat merasakan kepuasan bekerja melalui lingkungan sekitar yang mendukung. Hal ini bisa menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*) bagi segenap karyawan. Kepunyaan rasa memiliki merupakan gol dari penciptaan lingkungan kerja sebuah organisasi. Di sinilah peran internal PR menjadi sangat signifikan.

Gambar 3.1. Susunan Divisi Public Relations



Koordinasi dan tanggung jawab pekerjaan selama kegiatan magang berlangsung berada di bawah bimbingan Mr. Alan selaku Manager PR dan Mrs. Wei Jing Yi, selaku PR Internal dari PT Guohua Listrik. Mr. Alan sebagai pembimbing lapangan bertanggung jawab atas finalisasi tulisan yang diproduksi bagi media internal perusahaan. Mrs. Wei Jing Yi bertanggung jawab atas kegiatan yang dilakukan PR Internal untuk menciptakan komunikasi yang efektif di antara *stakeholder* internal perusahaan. Selama praktik kerja magang, penulis ditugaskan untuk berfokus pada komunikasi internal PT Guohua Listrik dan PT GH EMM Indonesia, dengan publik internalnya adalah segenap karyawan, pemegang saham, supir perusahaan, koki perusahaan, dan kontraktor. Mrs. Wei Jing Yi selaku PR internal secara langsung berkoordinasi dengan Mr. Yuan selaku Assistant Manager of Public Relations dan Mr. Alan selaku Manager of Public Relations..

Secara resmi, penulis berada di bawah pengarahan Mrs. Wei Jing Yi, namun pada praktiknya juga mendapatkan tugas langsung dari Mr. Alan.

Peran penulis dalam melakukan praktik kerja magang lebih banyak pada aktivitas produksi media PR, perencanaan event, prosedur persiapan, dan beberapa kali terlibat pada pelaksanaan kegiatan/*event* PT Guohua Listrik.

Adapun pekerjaan utama penulis selama melakukan praktik kerja magang adalah menulis konten berita internal setiap hari untuk dipublikasikan di website internal dan akun resmi PT Guohua Listrik. Selain itu, penulis juga membuat handbook perencanaan pada awal pelaksanaan event. Isi dari *handbook* perencanaan adalah mekanisme kegiatan yang akan dilakukan oleh tim PR internal bersama Manager PR. Hal ini kemudian diinformasikan oleh Manager PR kepada pimpinan *Representative Office in Indonesia*. Setelah mendapatkan persetujuan dari Mr. Fu Yue Long selaku pimpinan *Representative Office in Indonesia*, Manager PR akan melakukan konfirmasi kepada tim PR internal terkait hal apa saja yang perlu diperbaiki, ditambahkan, dihapus, sampai pada akhirnya proposal kegiatan disetujui seluruhnya.

Sebelum penulis memberikan hasil proposal kegiatan kepada Manager PR, penulis terlebih dahulu menyerahkannya kepada Mrs. Wei Jing Yi untuk diberikan masukan dan diberikan koreksi tata bahasa ke dalam bahasa Mandarin.

Dalam melaksanakan tugas produksi media PR, yakni menulis artikel bagi media internal perusahaan, penulis selain berkoordinasi dengan PR PT Guohua Listrik juga berkoordinasi dengan PT GH EMM Indonesia, anak perusahaan PT Guohua Listrik. Koordinasi yang dilakukan tim PR kepada PT GH EMM Indonesia berupa *conference video call* untuk melangsungkan rapat virtual mengenai aktivitas yang dilakukan PT GH EMM Indonesia, dikarenakan PT GH EMM Indonesia berlokasi di Palembang.

Dalam praktik kerja magang ini, penulis dituntut untuk menjadi pribadi yang profesional, pantang menyerah, memiliki inisiatif tinggi, dan mampu

berpikir secara kreatif untuk menemukan solusi. Pada saat penulis membuat *handbook* perencanaan, perbedaan bahasa dan budaya antara penulis dan tim kerap kali menjadi tantangan berkomunikasi. Adaptasi yang dilakukan pada hari-hari awal penulis melaksanakan praktik kerja magang merupakan pelajaran berharga bagi penulis. Budaya kerja orang Tiongkok yang sangat tegas terhadap diri sendiri dan kuat untuk bekerja di bawah tekanan merupakan hal yang penulis kagumi. Penulis belajar banyak hal tentang budaya kerja orang Tiongkok.

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

Dalam melaksanakan tugas praktik kerja magang, penulis melakukan berbagai kegiatan setiap harinya. Tugas utama yang dilakukan selama menjadi intern Internal Public Relations PT Guohua Listrik yaitu mengelola media internal perusahaan, dimulai dari mengumpulkan informasi untuk dijadikan konten, membuat berita dari konten yang diterima untuk selanjutnya didesain dan disampaikan kepada segenap karyawan dan anak perusahaan melalui publikasi pada website internal dan media sosial internal, selain itu juga dikirimkan melalui *email blast*. Selain itu, penulis juga melakukan tugas dalam bidang *event management*, termasuk di dalamnya melakukan perencanaan, mengawasi jalannya acara, dan turut menjadi eksekutor saat acara berlangsung.

Tugas yang dilakukan penulis terkait kegiatan komunikasi internal selama melaksanakan praktik kerja magang di PT Guohua Listrik adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Aktivitas Magang Per Minggu

| JENIS KEGIATAN                                | JULI |    |     |    | AGUSTUS |    |     |    | SEPTEMBER |    |     |    | OKTOBER |    |     |    |
|-----------------------------------------------|------|----|-----|----|---------|----|-----|----|-----------|----|-----|----|---------|----|-----|----|
|                                               | I    | II | III | IV | I       | II | III | IV | I         | II | III | IV | I       | II | III | IV |
| <b>A. PRODUKSI MEDIA PR</b>                   |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| <b>Konten Website Guohua Listrik</b>          |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - menulis konten                              |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - wawancara                                   |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - seleksi artikel                             |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - finalisasi                                  |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| <b>Company Profile</b>                        |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - transkriping                                |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - desain dan layout                           |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - publikasi                                   |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| <b>B. EVENT MANAGEMENT</b>                    |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| <b>Leaders Annual Conference</b>              |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - perencanaan                                 |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - pengajuan                                   |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - persiapan                                   |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - pelaksanaan                                 |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| <b>Mooncake Festival Celebration</b>          |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - perencanaan                                 |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - pengajuan                                   |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - persiapan                                   |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - pelaksanaan                                 |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| <b>Groundbreaking Ceremony at PLTU Jawa 7</b> |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - perencanaan                                 |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - pengajuan                                   |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - persiapan                                   |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |
| - pelaksanaan                                 |      |    |     |    |         |    |     |    |           |    |     |    |         |    |     |    |



### 3.3. Pembahasan

#### 3.3.1. Produksi Media Public Relations

Sebuah survei yang dilakukan oleh Ernst&Young pada tahun 1998, melibatkan 275 orang analis dan manajer portofolio menemukan bahwa investor memutuskan untuk membeli atau menjual saham sebuah perusahaan berdasarkan pada performa finansial dan juga hal non-finansial. Sebuah studi dari *Jurnal of Marketing* menyatakan bahwa 68% dari konsumen sebuah perusahaan bisa berkurang karena perilaku dan kepribadian karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa bukan hanya pengetahuan seorang karyawan terhadap perusahaan yang menjadi signifikan, melainkan juga komitmen dari karyawan dalam merealisasikan visi dari perusahaan. Dalam rangka mencapai hal tersebut, diperlukan sistem komunikasi antara perusahaan dengan karyawannya. Salah satu jembatan komunikasi antara perusahaan dengan karyawannya adalah media internal perusahaan. (Theaker, 2002, h.131)

Media internal memiliki fungsi sebagai media komunikasi informasi, pendidikan, hiburan, dan media pengetahuan (Ruslan, 2010, h.216). Selama melakukan praktik kerja magang, kemampuan PR Writing penulis sangat dilatih. Berikut ini beberapa hal yang penulis lakukan bagi perusahaan dalam kaitannya dengan PR Writing:

##### 3.3.1.1. Mengisi Konten Website dan Akun Resmi PT Guohua Listrik

Menurut Kriyantono (2008, h.275) *website* adalah saran komunikasi yang pertama kali dan paling populer dilihat oleh individu ketika membutuhkan informasi tentang suatu perusahaan atau organisasi. Pada masa ini, *website* menjadi sesuatu yang wajib dimiliki oleh sebuah perusahaan. Alamat web menjadi lebih dari sekedar “*homepage*” perusahaan. *Website* menjadi tempat para pembaca bisa menemukan berbagai jenis informasi mengenai perusahaan.

Selama melakukan praktik kerja magang, penulis mengisi *website* dan media sosial perusahaan dengan berbagai macam artikel. Adapapun tulisan-tulisan yang

dibuat mengenai kegiatan-kegiatan penting (rutin maupun insidental) yang dilakukan, dengan sasaran publik internal maupun eksternal. Contohnya, penulis membuat pemberitaan mengenai *Leaders Annual Conference* yang diadakan pada awal September. Selain membuat pemberitaan mengenai kegiatan penting, penulis juga menulis hal yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh karyawan baik secara rutin maupun insidental. Dalam proses produksi ini, tak jarang penulis mendapatkan informasi dengan melakukan wawancara kepada karyawan yang bersangkutan. Misalnya, kegiatan karyawan dalam berpartisipasi pada lomba nasional berkaitan dengan pembangkit listrik. Di samping itu, artikel-artikel dari publik eksternal yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan juga penulis seleksi dan tulis ulang untuk kemudian dikumpulkan bersama artikel-artikel lainnya setiap minggu. Adapun alur dari sebuah tulisan untuk bisa dipublikasikan di *website* internal perusahaan yaitu, pertama-tama ditulis oleh penulis, kemudian diberikan kepada Mrs. Wei Jing Yi untuk dikoreksi ke dalam bahasa mandarin dan diperiksa penulisannya, lalu proses finalisasi dari tulisan diberikan kepada Mr. Alan.

Gambar 3.2 Tampilan Website Internal Perusahaan

The screenshot displays the internal website interface with a header featuring the company logo and a main news banner. The banner title is '印尼总统佐科到国华电力公司印尼爪哇电厂视察' (Indonesian President Jokowi visits Guohua Electric Company's Java power plant). Below the banner, there are several content sections:

- 头条新闻 (Headline News):** A large image showing President Jokowi and other officials at a power plant, with the caption '波文总经理到国华电力公司考察和中秋慰问' (General Manager Bowen visits Guohua Electric Company for inspection and Mid-Autumn Festival greetings).
- 神华要闻 (Shenhua News):** A list of news items with dates:
  - 凌文总经理到国华电力公司考察和中秋慰问 (2017-10-11)
  - 神华与中核签署深化战略合作协议及行波堆投资... (2017-09-27)
  - 王树民副总经理以“四不两直”方式到国华三河... (2017-10-13)
- 国华要闻 (Guohua News) / 国华简讯 (Guohua Briefs):** A list of news items with dates:
  - 肖创英董事长拜会孟加拉陆军参谋总长和中国驻... (2017-09-29)
  - 肖创英董事长为集团青年干部培训班学员授课 (2017-09-26)
  - 肖创英同志在国华锦界电厂讲授专题党课 (2017-09-15)
  - 最难忘的三堂课——夏利同志为国华电力党校第... (2017-09-27)
  - 夏利党委副书记出席国华党校第八期暨管理学院... (2017-09-20)
  - 李巍总经理到国华九江电厂检查指导工作 (2017-10-13)
  - 李巍总经理节日期间“四不两直”到国华京燃热... (2017-10-06)
  - 国华电力公司第一期青年干部培训班在盘山电厂... (2017-10-13)
  - 国华电力公司组织进行保障“十九大”信息安全... (2017-10-13)
  - 10月例会：确保十九大期间安全环保稳定是最大... (2017-10-11)
  - 【榜样的力量】集团五星级班组风采之4 (2017-10-11)
- 简报纪要 (Briefing Summary):** A list of reports with dates:
  - 10月13日十九大保电安健环监察日报 (2017-10-13)
  - 10月13日生产经营早会纪要 (2017-10-13)
  - 10月12日十九大保电安健环监察日报 (2017-10-12)
  - 10月12日生产经营早会纪要 (2017-10-12)
- OA登录 (OA Login):** A button labeled '国华电力OA登录' (Guohua Electric OA Login).
- 公告 (Announcements):** A list of notices:
  - 9月26日宁东#3机组非停考... (2017-09-26)
  - 关于组织国华电力公司2017... (2017-09-26)
  - 公司本部十九大期间值班要... (2017-09-26)
  - 神华国华电力公司机组非停... (2017-09-26)
  - 关于“国庆、中秋节”期间... (2017-09-26)
  - 关于2017年中秋、国庆节放... (2017-09-26)
  - 国华电人传 [2017] 94号\_... (2017-09-26)
  - 关于组织报送2017年度救援... (2017-09-26)
  - 10月-12月部门经理以上人... (2017-09-26)
- 信息化系统 (Information System):** A list of system-related items:
  - 国华电力公司党群信息系统 (2017-10-11)
  - 国华电力统一邮箱 (2017-10-11)



### 3.3.1.2. Company Profile

*Company profile* merupakan hasil tulisan praktisi PR yang berisikan gambaran umum mengenai perusahaan. Gambaran perusahaan di sini tidak dituliskan secara lengkap, rinci, dan mendalam. Perusahaan bisa menentukan hal apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya. Ada juga perusahaan yang memilih membuat *company profile* berdasarkan kepentingan publik. (Kriyantono, 2008, h.239)

Berikut ini merupakan fungsi *company profile*: (Kriyantono, 2008, h.240-241)

1. *Company profile* berfungsi sebagai representasi perusahaan. *Company profile* merupakan gambaran tentang perusahaan, alat untuk mewakili perusahaan sehingga publik lebih mudah mencari informasi tentang perusahaan. *Company profile* juga dapat digunakan untuk membangun citra perusahaan agar berbagai kelompok penekan dalam publik memiliki pemahaman yang benar mengenai perusahaan.
2. *Company profile* berfungsi sebagai alat untuk melengkapi komunikasi lisan demi menciptakan mutual understanding.
3. Keberadaan *company profile* dapat menghemat waktu transaksi. Pihak-pihak lain yang memiliki hubungan dengan bisnis perusahaan tidak perlu menanyakan secara rinci tentang perusahaan, produk, visi, misi, pasar, keadaan keuangan, dsb. Hal-hal tersebut dapat diketahui dengan membaca *company profile* perusahaan.
4. *Company profile* yang dikemas secara menarik dan jelas dapat membangun identitas dan citra perusahaan. *Company profile* seharusnya dibuat sebaik mungkin karena merupakan wajah perusahaan di mata publik, menunjukkan bahwa perusahaan merupakan perusahaan yang besar dan bonafit.

Pada PT Guohua Listrik, *company profile* bukan hanya merupakan media internal perusahaan, melainkan juga berfungsi sebagai media utama perusahaan dalam memberikan gambaran tentang sejarah, nilai, tujuan, dan

bisnis perusahaan. Seharusnya *company profile* diperbaharui sekali setahun agar informasi yang tercantum di dalamnya merupakan informasi terbaru.

Gambar 3.3 Company Profile PT Guohua Listrik pada Website Internal



Dalam praktik kerja magang, penulis membuat *company profile* bagi PT Guohua Listrik dan PT GH EMM Indonesia. Dalam membuat *company profile*, penulis mendapatkan banyak pembelajaran dari Mr. Alan dan Mrs. Wei Jing Yi. Selain itu, penulis dituntut untuk beradaptasi dan belajar dengan cepat.

### 3.3.2. Event Management

Menurut berbagai ahli, *event* merupakan salah satu media komunikasi. *Event* merupakan salah satu instrumen komunikasi *below the line* yang sering dipilih perusahaan sebagai alat untuk memperkenalkan produk kepada khalayaknya (Uyung, 2007, h. 40). Menurut Schmitt (2010, h.63), *event* merupakan media komunikasi pemasaran yang berfokus pada pengalaman konsumen, memberikan kesempatan pada konsumen untuk berinteraksi secara langsung dengan perusahaan, merek, dan komunitas. Ruslan (2007, h. 141-142) memberikan penjelasan bahwa events merupakan pengembangan aktivitas pengembangan aktivitas *public relations* sebagai salah satu media komunikasi untuk menarik perhatian dan liputan dari media umum dan pers terhadap suatu

perusahaan atau produk.

Penyelenggaraan *event* bisa menjadi salah satu langkah untuk meningkatkan fungsi *public relations*. Keberadaan *event* dapat meningkatkan fungsi publikasi PR, baik untuk internal maupun eksternal. Selama melaksanakan praktik kerja magang divisi *Internal Public Relations*, berbagai *event internal* telah dilakukan, di antaranya:

### 3.3.2.1. *Leaders Annual Conference*

*Leaders Annual Conference* (LAC) merupakan *event* tahunan yang dihadiri jajaran petinggi PT Guohua Listrik dan segenap keluarga perusahaannya untuk membicarakan perkembangan proyek-proyek pembangkit listrik PT Guohua Listrik di Indonesia. Kegiatan LAC tahun 2017 mengangkat tema 3E, Efficient and Effective Power Plants in Indonesia. Dalam konferensi tahunan ini, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan buku yang menjadi *handbook* para pemimpin saat LAC berlangsung. Selain itu, penulis juga menentukan hal yang harus dimuat pada cover buku.

### 3.4 Draft Cover Buku LAC 2017



Dalam membuat *handbook*, penulis melaksanakan kegiatan komunikasi yang intens dengan Mrs. Wei Jing Yi dan Mr. Alan. Setiap penggunaan kata, penempatan bagian pertama dan bagian lainnya, pemisah antarbab dan halaman, diperhatikan secara rinci dari titik sampai koma. Hal-hal besar sampai hal terkecil dalam *handbook* ini benar-benar diperhatikan secara rinci. Penulis bersama dengan tim PR Internal menentukan pesan kunci yang ingin disampaikan pada *handbook* dan memberlakukan penulisan tebal pada kalimat yang ingin digarisbawahi.

Selain itu, penulis juga membantu memastikan segala hal yang telah direncanakan dalam *event* ini berlangsung secara lancar. Perencanaan LAC dimulai sejak awal bulan Juli dan dilaksanakan pada tanggal 4-15 September 2017. Selama kedatangan keluarga besar perusahaan Shenhua Guohua dari Tiongkok ke Indonesia, mereka melakukan kunjungan lapangan ke tiga pembangkit listrik yang dimiliki PT Guohua Listrik di Indonesia.

Pada saat persiapan event LAC ini, penulis mendata daftar-daftar restoran bintang lima di Jakarta. Nama-nama restoran yang penulis kumpulkan bervariasi, dimulai dari restoran yang menyajikan makanan khas Indonesia hingga makanan yang terkenal baik akan masakan Chinese Food-nya. Selain itu, penulis juga membuat data tentang tempat-tempat wisata yang terdapat di Jakarta dan hal-hal yang biasanya dilakukan turis selama berada di tempat tersebut. Data-data yang penulis dapatkan disampaikan kepada tim PR untuk kemudian dipertimbangkan bersama-sama terkait tempat yang akan didatangi dan siapa yang akan memandu para pemimpin selama berada di suatu restoran atau tempat wisata.

Selain itu, penulis juga bertanggung jawab dalam menulis artikel terkait LAC yang disebar di media internal perusahaan. Dalam kesempatan ini, penulis membuat tulisan yang dipublikasikan di website internal, media sosial internal dan disebar melalui *email blast*.

### 3.3.2.2. Mooncake Festival Celebration

Festival Kue Bulan (*Mooncake Festival*) atau juga dikenal dengan *Mid-Autumn Festival* adalah festival musim semi yang diadakan pada hari ke 15 dari bulan ke-8 kalender Cina. Tahun 2017, Festival Kue Bulan jatuh pada tanggal 4 Oktober. Perayaan ini merupakan festival terpenting kedua di Tiongkok setelah perayaan Tahun Baru Cina.

PT Guohua Listrik, sebagai anak perusahaan dari China Shenhua Energy Company turut mengadakan perayaan ini. Mooncake Festival Celebration PT Guohua Listrik diadakan pada hari Jumat, 22 September 2017 berhubung minggu pertama bulan Oktober telah diisi agenda penting bagi perusahaan.

Adapun tugas yang penulis laksanakan pada pelaksanaan *event* ini adalah merencanakan agenda kegiatan, melakukan riset untuk mendapatkan *mooncake* dengan penawaran terbaik dan memiliki banyak rasa, dan membuat daftar lagu-lagu mandarin yang akan dinyanyikan pada saat acara berlangsung.

*Mooncake Festival Celebration* ini diadakan dalam rangka mempererat hubungan karyawan-karyawan perusahaan sekaligus menanamkan nilai cinta budaya kepada segenap karyawan. Hubungan yang dekat antar sesama karyawan diharapkan dapat memberikan dampak yang baik bagi terciptanya komunikasi organisasi.

Gambar 3.5 Mooncake Maystar



### 3.3.2.3. Groundbreaking Ceremony at PLTU Jawa 7

Pada hari Kamis, 5 Oktober 2017, pembangunan tiga pembangkit listrik tenaga uap (PLTU) pengembang listrik swasta dimulai dengan peresmian *groudbreaking* PLTU IPP Jawa 7, PLTU IPP Jawa 9, dan PLTU IPP Jawa 10. Peresmian dilakukan oleh Presiden Joko Widodo, didampingi Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Ignasius Jonan, serta Menteri BUMN Rini Soemarno di Desa Terate, Kecamatan Kramatwutu, Kabupaten Serang, Banten.

PLTU IPP Jawa 7 berkapasitas 2x1.000 megawatt (MW) merupakan proyek kerja sama China Shenhua Energy Company Limited dengan PT Pembangkit Listrik Jawa-Bali (PJB) dengan nilai investasi mencapai Rp 35 triliun. Acara peresmian PLTU Jawa 7 ini menjadi kebanggaan tersendiri bagi PT Guohua Listrik Indonesia karena acara ini menandai dimulainya pengoperasian salah satu anak perusahaan di Indonesia.

Tugas penulis pada acara ini adalah menginterpretasikan undangan yang diberikan oleh Gubernur Banten kepada perusahaan, menyampaikannya kepada segenap pimpinan Shenhua Guohua Power Company dengan bahasa yang lebih mudah dipahami, termasuk di dalamnya memastikan pesan mengenai waktu ketibaan dan *dresscode* berupa batik berlengan panjang.

Tugas kedua yang penulis lakukan adalah menulis pemberitaan mengenai Groundbreaking dari PLTU Jawa 7 untuk disebarakan kepada segenap karyawan perusahaan melalui *website* internal perusahaan dan akun resmi PT Guohua Listrik. Selain itu, tulisan mengenai peresmian PLTU Jawa 7 oleh Presiden Joko Widodo mendapatkan tempat di *website* internal dan media sosial perusahaan pada taraf Grup Shenhua.



Gambar 3.6 Tampilan Informasi pada Akun Resmi



### 3.4. Kendala

Selama melaksanakan praktik kerja magang selama tiga bulan di PT Guohua Listrik, penulis mengalami beberapa kendala, di antaranya:

1. Terbatasnya sumber daya manusia (SDM) yang paham mengenai proses dan standar pembuatan media internal perusahaan sehingga penulis mendapatkan kendala dalam menyesuaikan kebutuhan dan keinginan dari perusahaan dalam menyajikan materi penulisan pada media internal perusahaan.
2. Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) pada perusahaan yang mampu menguasai *software* untuk membuat media internal, seperti misalnya Adobe Photoshop, Adobe Indesign, dan Adobe Illustrator.
3. Kurang tersedianya fasilitas pendukung untuk membuat media internal di perusahaan.
4. Ketidakmudahan dalam mendapatkan foto yang mendukung kegiatan menjadi kendala bagi penulis. Pada event tertentu, pengambilan foto

merupakan hal yang tidak diperbolehkan. Walaupun pada akhirnya foto bisa didapatkan, penulis membutuhkan pengorbanan waktu.

### **3.5. Solusi**

Setelah menemukan kendala-kendala tersebut, berikut ini solusi yang dapat diberikan sebagai perbaikan di masa mendatang:

1. Diharapkan pengadaan fasilitas penunjang seperti akses internet bagi peserta magang, terlebih bagi peserta magang yang melakukan tugas pada bidang komunikasi. Pengadaan akses internet yang memadai ini diharapkan dapat mengefisiensikan waktu peserta magang dalam melaksanakan tugas magang.
2. Diharapkan terdapat standar mengenai pembuatan media internal sehingga artikel yang tertulis bisa bersifat konsisten. Selain itu, pengadaan standar pembuatan media internal diharapkan dapat memberikan batasan-batasan yang jelas kepada PR internal untuk menciptakan konten pada media internal.
3. Orang yang bertanggung jawab dalam media komunikasi perusahaan diharapkan dibekali dengan informasi yang lengkap dan memadai mengenai hal-hal yang berhubungan dengan pembuatan konten sebagai upaya meminimalisir kesalahan-kesalahan kecil yang tidak diperlukan. Hal ini diharapkan dapat mempercepat proses penyebaran informasi, sehingga informasi tersebar secara lebih aktual dan terpercaya.