

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pemagang menjalankan praktek kerja pada perusahaan Listrik Negara dalam Divisi Komunikasi, yang di mana pemagang mendapatkan kedudukan sebagai *content writing* dalam bagian komunikasi internal namun, pemagang juga aktif dalam pekerjaan harian pada bagian media sosial dan strategi komunikasi. Dengan melakukan kegiatan menulis berita untuk media internal PLN Kita, pemagang juga melakukan kegiatan membuat konten, dan meunggah berita pada media sosial PLN dan juga PLN *mobile*, dengan kedudukan tersebut pemagang berhubungan langsung dengan *Officer* Komunikasi Internal dan *Media social* dan Digital.

Pemagang juga dapat dipercaya berpartisipasi dalam merangkai acara Hari Listrik Nasional yang dilaksanakan pada tanggal 28 Oktober dan juga konser perasaan Hari Listrik Nasional yang dilaksanakan pada tanggal 30 November.

#### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

##### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Pemagang mendapatkan kepercayaan dari Divisi Komunikasi pada Perusahaan PT PLN (Persero) kantor pusat sebagai *content writing*, yang di mana pemagang diberikan tanggung jawab dalam menulis berita, mengedit, dan melakukan pengecekan kesesuaian konten berita terhadap tujuan pesan yang sudah ditentukan oleh PT PLN (persero).

Uraian Pekerjaan	Bulan																			
	Agustus				September				Oktober				November				Desember			
			3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Conten writing</i>																				



pembuatan berita yang akan diunggah pada media internal PLN merupakan PLN Kita dan juga media publik dari aplikasi resmi milik PLN yaitu PLN *Mobile* dalam memahami bagaimana PLN melalui tahap proses komunikasi dalam menyebarkan informasi-informasi positif pada media yang mereka miliki, untuk meningkatkan rasa suka pelanggan kepada PLN.

#### **A. Content Writing**

*Content Writing* merupakan penulis yang menyediakan konten dengan referensi yang relevan dan menarik pada halam media sosial, yang di mana pekerjaan seorang penulis konten mencakupi dari menulis ulang konten, membuat konten dari data yang sudah ada, penyuntingan artikel oleh publikasi cetak online, proofreading konten web untuk klien, pembuatan situs web dan pengembangan buletin, membuat konten blog, pembuatan dan pengelolaan halaman media sosial (Imran & Maulana, 2022)

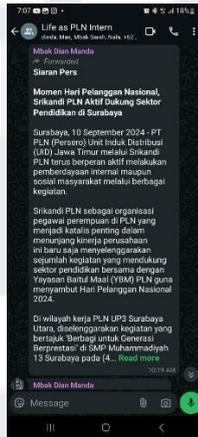
Pemegang dipercaya dengan menjadi penulis untuk membuat konten berita pada media internal dari PT PLN (Persero), yang di mana pada pekerjaan ini pemegang akan menulis, mengedit, memposting berita pada media internal PLN Kita dan juga media *online* pada aplikasi PLN *Mobile*

#### **1. Menulis berita pada media internal PLN Kita**

Yang di mana pemegang melakukan kegiatan menulis mini artikel dalam upaya meningkatkan *awareness* pada *audiens* yang merupakan para pegawai, pemegang akan menulis sebuah berita singkat dan menyebarkan informasi-informasi penting tentang kegiatan besar PT PLN (Persero).

Pada Proses penulisan mini artikel di media internal PLN Kita, Pemegang mendapatkan beberapa bahan berita dari Officer Komunikasi Internal, lalu dari berita-berita yang diberikan oleh Officer Komunikasi Internal akan melalui tahap penulisan ulang berita dengan lebih singkat dengan bahasa yang lebih awam dan mudah dicerna oleh pembaca, pada proses ini akan dilakukan oleh pemegang yang di mana pemegang akan menulis ulang berita dengan mengubah judul hingga isi berita yang menjadi lebih tertuju pada inti konteks dari isi berita, dan rangkai ulang

dengan kata-kata yang lebih sederhana dan tidak berbelit-belit agar memudahkan para pembaca untuk membaca berita yang telah di tayangkan.



Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

Gambar 3.2 bahan berita untuk PLN Kita

Gambar di atas merupakan salah satu bahan berita dari Officer Komunikasi Internal yang diserahkan kepada pemangang untuk dirangkai kembali dan pada gambar di bawah merupakan proses penulisan ulang yang dibuat oleh pemangang dan hasil pengetikan yang dibuat oleh pemangang pun akan diserahkan

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

kepada admin untuk melakukan pengecekan kembali hasil tulisan pemegang lalu mengunggah berita yang telah ditulis oleh pemegang.



Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

Gambar 3.3 proses penulisan berita PLN Kita



Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

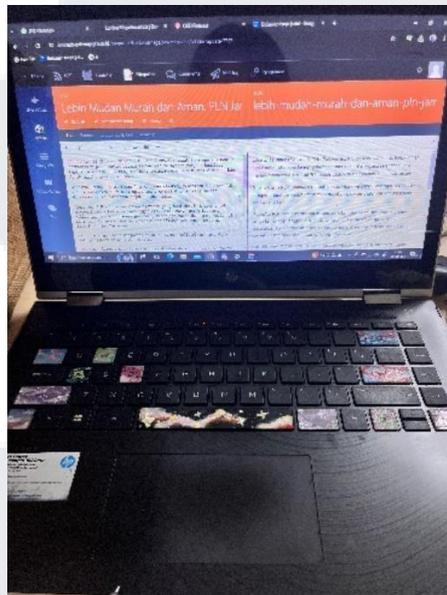
Gambar 3.4 Hasil Tulisan yang telah diunggah pada media PLN Kita

## 2. Menulis artikel untuk pada aplikasi PLN Mobile

Pada aplikasi *online* milih PT PLN (Persero) yaitu PLN *Mobile* merupakan aplikasi yang memberikan pelayanan membeli token listrik, namun tidak hanya sebagai pelayana penunahan saja, pada aplikasi PLN *Mobile* juga menyediakan PLN *Magazine* pada aplikasi untuk menyampaikan informasi penting tentang PLN kepada para pelanggan PLN.

Pemegang melakukan kegiatan yang sama yaitu menulis kembali dan mengedit berita menjadi bahasa yang lebih mudah dipahami oleh *audiens* namu pemegang juga menjadi admin media sosial untuk mengunggah langsung berita yang telah di tulis kepada PLN *Magazine*.

Proses yang dilakukan sebelum melakukan pengunggah berita pada PLN Magazine melalui tahap yang sama seperti PLN Kita yang di mana officer media sosial dan digital namun pemegang tidak menulis ulang keseluruhan berita dan tidak mengganti judul pada berita melainkan melakukan proses pengecekan dan menyunting kembali penulisan-penulisan berita yang telah diberikan oleh officer media sosial dan digital.



Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

Gambar 3.5 Proses penulisan berita untuk PLN Magazine

Pihak Officer media sosial dan digital akan memberikan bahan berita kepada pemegang dan mengarahkan pemegang bagaimana memeriksa bagian-bagian berita yang harus diubah oleh pemegang, sehingga berita yang diberikan dapat langsung melalui proses edit untuk menyunting dan menulis kembali kalimat-kalimat berita di nilai terlalu rumit dan terlalu sulit dipahami orang awam.



Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

Gambar 3.6 hasil berita yang diunggah pada PLN Magazine

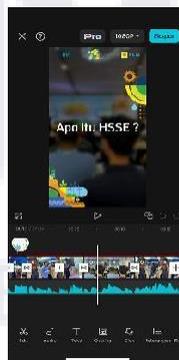
Kegiatan ini memiliki hubungan tentang bagaimana rangkaian dari tahapan model proses komunikasi milik Belch & Belch yang di mana PLN merupakan *sender* yang di mana informasi-informasi dari kemajuan dari kegiatan yang dilakukan oleh PLN yang menjadi isi pesan dan disampaikan berupa visual dan tulisan, dan menyampaikan pesan dengan *channel* dengan media *online official* yang dimiliki PLN yaitu PLN Kita sebagai media internal dan PLN Mobile untuk media publik, *response* dari *receiver* dapat dilihat dari jumlah suka pada postingan artikel dan komentar.

### **B. Content Creator**

*Content creator* merupakan kegiatan penyebaran konten dari sebagai *platform* dalam hal kemudahan masyarakat dalam mendapatkan sebuah informasi baik untuk menyebarkan berita hingga kegiatan jual beli yang dapat memberi pengaruh yang besar terhadap memuncaknya tingkat penjualan pada suatu produk (Laras ati, Kartika, Rahayu, Khairunis a, & Julianto, 2021).

*Content creator* dalam hal sosial media merupakan kegiatan yang berfokus dalam menciptakan konten yang menarik dan menjadi daya tarik mata para audiens, dengan menciptakan foto, video, teks ataupun gabungan dari ketiganya, banyak ragam tujuan dari *content creator* yang di mana tujuan dari itu tertuju untuk membangun komunitas yang terlibat dan terhubung dengan audiens mereka, serta memperkuat citra merek atau pesan yang ingin disampaikan (Abas, 2024).

Pada tanggal 24 Oktober pemegang mendapatkan kesempatan dalam membuat konten dari merangkai pertanyaan wawancara, melakukan wawancara, dan mengedit konten yang berkaitan dengan *HSSE Festival 2024*, yang di mana pemegang dan kawan-kawan mengunjungi acara *HSSE Festival 2024* untuk mengetahui kegiatan apa saja yang ada di dalam acara *HSSE* tersebut, pemegang dan kawan-kawan juga langsung melakukan briefing, konten seperti apa yang cocok untuk menggambarkan bagaimana acara *HSSE Festival 2024* berlangsung, hingga pemegang dan kawan-kawan memutuskan membuat konten wawancara kepada beberapa pengunjung yang dipilih secara acak, untuk menanyakan beberapa hal yang berhubungan dengan kegiatan *HSSE Festival 2024*.



Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

Gambar 3.7 Pembuatan konten wawancara tentang *HSSE*

Kegiatan yang dilakukan pemegang dalam membuat konten sudah pastinya memiliki hubungan yang tepat dalam rangkaian tahapan model proses komunikasi milik Belch & Belch, yang di mana PLN menjadi sender yang ingin menyampaikan pesan atau *message* yang berupa informasi-informasi tentang *HSSE* atau P3K, *message* yang sudah ada pun akan dirangkai dengan *encoding*

visualisasi berupa video dan lisan suara dari video tersebut, konten yang telah dibuat dapat disampaikan dari beberapa *channel* milik PLN yang merupakan sosial media *official* milik PLN, *noise* dapat terjadi terhadap keterbatasan durasi konten sehingga konten yang dibuat menjadi lebih singkat dan hanya menyampaikan poin-poin tertentu dengan seperti ini pesan yang ada tidak tersampaikan semuanya.

### ***C. Public Speaking***

Menurut (Dr. Anna Gustina Zainal, 2022) menjelaskan bahwa *public speaking* merupakan kegiatan komunikasi lisan berupa pidato, ceramah, persentasi dan kegiatan yang berbicara di depan banyak orang sehingga *public speaking* mengahruskan seseorang untuk memiliki kemampuan untuk selalu berbicara di depan umum seperti MC, juru kampanye, atau pembaca berita.

Pada 17 Agustus pemegang mendapatkan kesempatan untuk menjadi *Master of Ceremony Fun Games 17 Agustus* Divisi Komunikasi & TJSL yang di mana pemegang turut membuat catatan *rundown* acara dan memahami aturan-aturan pada setiap *game* yang sudah diarahkan oleh anggota magang lainnya, sehingga pemegang dapat terus menuntun alur acara hingga acara selesai.



Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

Gambar 3.8 kegiatan *Fun Games 17 Agustus* Divisi Komunikasi & TJSL

Pemegang tidak hanya membantu menyiapkan perlengkapan untuk memenuhi kebutuhan permainan selama acara *Fun Games* 17 Agustus Divisi Komunikasi & TJSL, pemegang juga menjadi *Master of Ceremony* pada acara perlobaan 17 an tersebut, satu hari sebelum pelaksanaan acara *Fun Games* 17 Agustus, pemegang dan rekan kerja magang merancang ulang urutan acara dan waktu setiap game yang dimainkan.

No	Waktu	Kegiatan
1.	07.05 - 07.25	Persiapan dan briefing
2.	07.30	Acara dimulai
3.	07.30 - 08.00	Pembukaan dari para EVP dan VP Divkom dan TJSL
4.	08.00 - 08.20	2 sesi (per 3 tim) Lomba Masukan Balon ke Plastik
5.	08.20 - 08.35	2 sesi (per 3 tim) Lomba Kekompakan
6.	08.35 - 08.45	(6 perwakilan tim) Lomba Makan Biskuit
7.	08.45 - 09.05	2 sesi (per 3 tim) Lomba Cup Estafet
8.	09.05 - 09.25	2 sesi (per 3 tim) Lomba Human Caterpillar
9.	09.30 - 13.30	Break Kerja & Jumatan
10	13.30 - 14.30	Grand Event: Lomba UNO
11	14.30 - 14.45	Pembagian Hadiah
12	14.45	Penutupan

Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

Gambar 3.9 Rundown acara *Fun Games* 17 Agustus Divisi Komunikasi & TJSL



Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

Gambar 3.10 kegiatan *Fun Games* 17 Agustus Divisi Komunikasi & TJSL

Menjadi *Master of Ceremony* menjadi sebuah kegiatan yang sangat sesuai dengan tahap dari model proses komunikasi milik Belch & Belch yang menunjukkan pemegang yang sebagai MC merupakan *sender*, dan pesan yang ingin pemegang sampaikan adalah bagaimana alur acara berlangsung, apa saja

aturan pada setiap *game* yang ada, dan penyebutan para pemenang tim, pesan yang ada akan disampaikan secara lisan, penyampain pesan ini pun disampaikan secara langsung pada lapangan acara, para peserta pada acara *Fun Games 17* Agustus Divisi Komunikasi & TJSL yang merupakan dari *receiver* memberi reaksi yang dapat nilai sebagai *decoding* karena *feedback* yang didapatkan oleh pemegang yang terkandung mereka menegur pemegang untuk tetap tegas dengan aturan *game* yang telah dibuat, bahkan memberi reaksi tidak setuju saat menerima kekalahan, *noise* dapat terjadi saat beberapa peserta mencoba untuk mengadu ke pemegang bahwa mereka adalah pemenang, namun pemegang dan pasangan pemegang yang juga menjadi *Master of Ceremony* tetap memutuskan menetapkan pemenang.

#### ***D. Event Organizer***

Pemegang juga mendapat beberapa tugas yang Dimana tugas yang dijalankan oleh pemegang merupakan kegiatan dari *Event Organizer*, seperti yang kita tahu bahwa *Event Organizer* merupakan jasa untuk menyelenggara sebuah kegiatan atau acara yang Dimana, seperti yang di jelaskan (Risnayanti, 2020) yang menjelaskan bahwa *Event Organizer* sendiri adalah jasa untuk mewujudkan rangkaian-rangkaian acara yang terdiri dari serangkaian mekanisme yang sistematis, dengan ada nya *deadline*, *target*, *scheduling*, *pressure*, ide yang kreatif dan *teamwork solidity* sehingga memerlukan kekompakan dalam kerja sama dengan.



Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

Gambar 3.11 acara konser musik Hari Listrik Nasional

Dalam rangka melancarkan proses dari acara konser musik Hari Listrik Nasional (HLN) yang dilaksana pada tanggal 30 November yang di mana pemegang diberi beberapa tugas seperti menganalisa musik dari penyanyi-penyanyi yang diundang, menghandle kaos HLN 79 dan gelang tiket, dan melakukan verifikasi pegawai PLN pada di hari konser music HLN ke 79 dilaksana.

### 1) **Koordinasi Kaos HLN ke 79**

Pemegang menangani pakaian seragam untuk para pegawai PT PLN, yang di mana pada kegiatan ini pemegang harus mengatur setiap kotak agar sesuai dengan setiap divisi, jumlah pakaian, dan size pakaian, hal ini dilakukan agar seluruh pegawai setiap divisi mendapat kaos dengan ukuran dan jumlah yang tepat disetiap divisi nya, dan juga pemegang melayani beberapa pegawai mutasi yang tidak mendapatkan kaos dan juga melayani beberapa pegawai yang ingin menukar size kaos yang tidak sesuai.



Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

Gambar 3.12 kegiatan handling kaos HLN ke 79



Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

Gambar 3.13 Melayani pegawai mutasi dan pertukaran size kaos

## 2) Melakukan riset musik-musik untuk konser music HLN ke 79

Dalam acara konser HLN ke 79 PLN merancang untuk mengundang beberapa artis yang akan mengisi konser musik HLN ke 79, hal ini dipercaya ke pemegang sebab PLN ingin membuat acara konser ini ditujukan untuk para pegawai millennial dan Gen Z, sehingga pemegang ditugaskan untuk melakukan riset musik-musik TOP 10 para artis yang diundang pada spotify dan youtube, pemegang juga ditugaskan untuk menyeleksi lagu-lagu yang boleh dan tidak dinyanyikan saat acara berlangsung.

No	Spotify	Youtube
1	Tular Basir (150,785,341)	Cinta Dan Rahasia (157 Jt)
2	Cinta Dan Rahasia (172,415,961)	Tular Basir (53 Jt)
3	Dunia Tipu Tipu (158,441,433)	Berawal Dari Tatap (53 Jt)
4	Intuisi (61,467,653)	Dunia Tipu Tipu (31 Jt)
5	Berawal Dari Tatap (60,450,468)	Tenang (14 Jt)
6	Tenang (56,178,162)	Intuisi (10 Jt)
7	Jalan Pulang (43,198,540)	Harus Bahagia (9,1 Jt)
8	Harus Bahagia (29,136,63)	Jalan Pulang (7,8 Jt)
9	Buka Hati (21,882,403)	Buka Hati (7,8 Jt)
10	Merakit (5,460,361)	Merakit (1,8 Jt)

Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

Gambar 3.14 TOP 10 musik untuk konser HLN ke 79



Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

Gambar 3.15 seleksi lirik musik untuk konser HLN ke 79

### 3) verifikasi pendaftaran website HLN dan Koordinasi tiket gelang konser HLN ke 79

Dalam proses persiapan kegiatan konser musik HLN 79 pemegang turut mengikuti rapat pengarahan verifikasi pegawai PLN dengan melakukan pengecekan NIP yang dimiliki setiap pegawai PLN aktif, yang di mana para pegawai akan mendaftarkan data nya termasuk dengan NIP kepada website yang sudah disediakan, namun aka nada beberapa kasus NIP pegawai tidak terditeksi, sehingga saat hari acara, pemegang handle bagian *ticketing* untuk membantu para pegawai yang tidak dapat di verifikasi pada website.



Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

Gambar 3.16 Rapat pengarahan website pendaftaran konser musik HLN ke 79

Pemegang juga melakukan kegiatan mengatur tiket gelang yang disediakan untuk seluruh pegawai PLN, yang di mana gelang-gelang ini disusun sesuai dengan jumlah setiap divisi dan ada beberapa gelang yang dikhususkan untuk divisi dan jabatan tertentu seperti divisi ahli direksi, vice president, atau Executive Vice President.



Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

Gambar 3.17 Koordinasi gelang tiket untuk perdivisi dan jabatan



Sumber: (Dokumentasi Pekerja Magang, 2024)

Gambar 3.18 kegiatan mengverifikasi NIP dan *ticketing* konser musik Hari Listrik Nasional

Pegawai dari *Officer* Komunikasi Internal yang menjadi *sender* yang di mana pesan-pesan yang berisi tugas-tugas yang harus dilakukan para anggota magang disampaikan dengan lisan, pemegang dan kawan-kawan yang merupakan *receiver* dari kegiatan komunikasi ini dan memberi *feedback* berupa pertanyaan yang

bertujuan untuk meyakinkan ketepatan tugas yang akan dilaksanakan, *noise* pada kegiatan komunikasi ini pun terjadi saat pegawai dari *Officer* Komunikasi Internal menyampaikan pesan dengan silsilah yang tidak dapat dimengerti para anggota magang seperti singkatan dari divisi-divisi yang ada di kantor PLN Pusat.

### **3.3 Kendala yang Ditemukan**

1. Dalam penulisan berita, PLN masih mengalami kekurangan referensi dalam merangkai bahasa yang lebih sederhana agar mudah dipahami orang awam.
2. Kurangnya kualitas pada fasilitas *wifi*, sehingga mengalami kesulitan setiap melakukan unggahan berita pada media *online*.
3. Ada beberapa silsilah yang tidak mudah dipahami pemegang.
4. Mengalami kendala dalam memahami posisi kedudukan pemegang selama magang.
5. Tidak ada arahan SOP saat membuat konten untuk di media sosial.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Bagian ini berisi solusi atas kendala yang ditemukan selama proses kerja magang

1. Pemegang mencari referensi cara mengetik berita melalui media twitter dan Instagram agar dapat menemukan cara mengetik berita yang lebih mudah dipahami oleh orang awam
2. Pemegang menggunakan *hotspot* pribadi untuk melancarkan kegiatan pengunggahan berita pada media internal PLN dan media *online* PLN *Mobile*.
3. Pemegang aktif dalam bertanya tentang arti dari beberapa silsilah yang tidak dapat dipahami.
4. Pemegang melakukan konsultasi kepada mentor lapangan kerja dan juga dosen pembimbing
5. Pemegang menanyakan jenis konten, dan template konten kepada pegawai media sosial PT PLN (Persero).