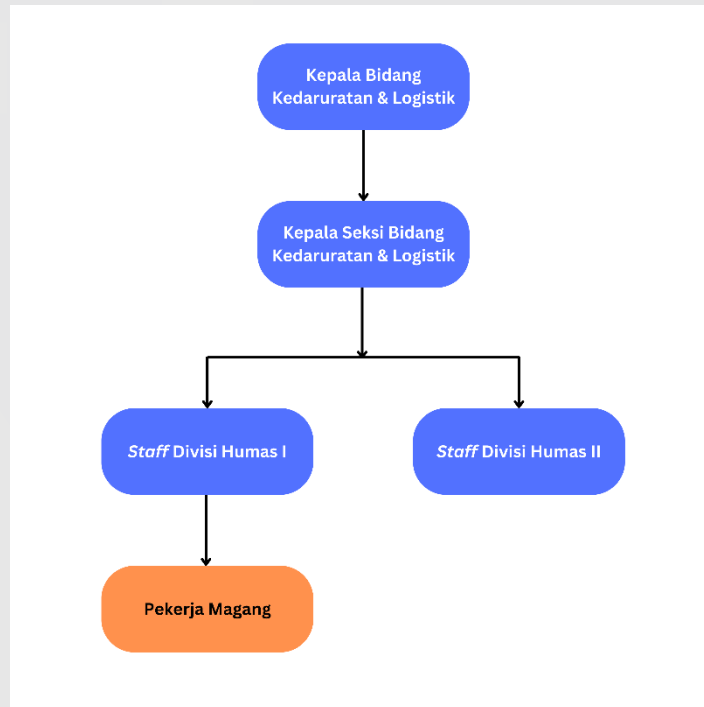


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan Dalam Kerja Magang



Gambar 3.1 Bagian Kedudukan Pekerja Magang Selama Proses Bekerja Magang

Sumber: Data Olahan Pekerja Magang (2024)

Selama proses praktik magang, mahasiswa ditempatkan pada posisi humas pada bidang kedaruratan dan logistik. Pada divisi humas di bidang kedaruratan dan logistik sendiri terdapat tiga *staff* termasuk pekerja magang yang bertugas dalam membantu bidang kedaruratan dan logistik untuk kebutuhan publikasi dan kebutuhan lainnya yang berkaitan dengan divisi humas. Divisi humas pada BPBD Kota Tangerang dikepalai secara langsung oleh kepala seksi (Kasi) bidang kedaruratan dan logistik yaitu Bapak Sarpa Wasesa.

Selain itu pemegang juga mendapatkan arahan oleh supervisor magang secara langsung, yaitu Bapak Anwar selaku *staff* divisi humas pada bidang

ke daruratan dan logistik di BPBD Kota Tangerang. Selama menjalankan proses magang, supervisor memiliki tanggung jawab untuk mengawasi pemegang dalam menjalankan tugas-tugasnya. Contohnya seperti pemegang melakukan revisi terkait konten yang akan diunggah pada media sosial BPBD Kota Tangerang. Selain itu pemegang juga harus meminta persetujuan supervisor apabila sebuah konten ingin diunggah baik itu pada media sosial ataupun *website* resmi BPBD Kota Tangerang.

Dalam proses magang, pemegang diberi tugas yang berkaitan dengan divisi humas seperti menulis *press release*, membuat artikel berita, mendokumentasikan kegiatan, serta mengelola media sosial BPBD Kota Tangerang seperti membuat konten *story* Instagram harian, membuat konten *feeds* untuk hari-hari besar, membuat laporan evaluasi bulanan dalam bentuk *feeds*.

### 3.2 Tugas Dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama melaksanakan proses kerja magang yaitu 640 jam, pemegang melaksanakan tugas sesuai dengan arahan dan bimbingan langsung yang diberikan oleh supervisor. Pemegang diberikan tugas yang masih berkaitan dengan divisi humas.

#### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Berikut ini adalah uraian tugas kerja magang selama 640 jam pada BPBD Kota Tangerang.

Aktivitas		September		Oktober				November				Desember	
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Content Creation	Draft												
	Revise												
	Edit												
	Review												
	Publish												
Writing PR	Membuat Press Release												
	Membuat Artikel Berita												

Tabel 3.2.1 Uraian Kerja Magang

#### 1. Content Creation

Pekerja magang melakukan aktivitas *content creation* untuk kebutuhan media sosial Instagram BPBD Kota Tangerang sebagai berikut:

- a. Menetapkan konsep konten
- b. Membuat konten baik berupa *reels*, *feeds* (poster), dan Instagram *story*
- c. *Content Editing*
- d. Mengajukan *approval* konten
- e. Publikasi konten

## **2. Writing PR**

Pekerja magang melakukan aktivitas *media relations* sebagai berikut

- a. Membuat siaran pers
- b. Membuat artikel berita

### **3.2.2 Uraian Kerja Magang**

#### **A. Content Creation**

Untuk mencapai tujuannya, konten Instagram BPBD Kota Tangerang harus dirancang dengan cara yang menarik, edukatif, dan informatif. Penetapan konsep konten menjadi langkah awal yang penting untuk membangun branding yang kuat dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BPBD. Dengan menyusun konsep yang relevan, BPBD Kota Tangerang dapat menampilkan berbagai aktivitas seperti pelatihan kesiapsiagaan bencana, simulasi evakuasi, serta sosialisasi mitigasi risiko bencana. Selain itu, pencapaian BPBD, seperti penanganan bencana yang berhasil juga dapat dipublikasikan untuk memperkuat citra positif. Media sosial adalah semua hal mengenai pembuatan dan publikasi informasi dan ide (Quesenberry, 2019). Pengemasan konten secara menarik melalui visual yang kreatif dan narasi yang informatif akan meningkatkan *engagement* dan memberikan dampak positif masyarakat terhadap BPBD Kota Tangerang. Menurut Lawrence, terdapat lima tahap dalam proses pembuatan konten (Lawrence, 2022, pp. 35-36) di antaranya yaitu:

a. *Draft*

Membuat *draft* atau menetapkan konsep konten untuk media sosial adalah langkah awal yang harus dilakukan agar konten bisa menarik perhatian audiens. Pekerja magang biasanya menganalisis terlebih dahulu konten seperti apa yang menarik untuk audiens, selain itu pekerja magang juga menentukan siapa target audiens dari konten yang akan diunggah adalah siapa. Karena BPBD Kota Tangerang memanfaatkan media sosial Instagram, peserta magang kali ini berfokus pada platform tersebut. Instagram dikenal sebagai salah satu media sosial yang unggul dalam fitur berbagi foto dan video di dunia digital. Popularitasnya yang tinggi, menjadikannya pilihan utama banyak pengguna. Hal ini selaras dengan klasifikasi media sosial berdasarkan tipe dan *tools* yang dikemukakan oleh Safko (2012) dalam Looy (2022), yang menyebutkan bahwa Instagram termasuk dalam kategori "*social photo publishing tools*," yaitu jenis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil dan berbagi foto, menerapkan filter digital, serta menceritakan kisah melalui visual.

Pada tahap *draft*, pekerja magang juga diberikan arahan oleh supervisor untuk membuat konten dalam bentuk video dan juga poster. Menurut Waters, terdapat tiga jenis konten utama yang perlu dihasilkan dalam proses pembuatan konten, yaitu menyusun *copywriting*, memproduksi video, serta mengelola desain grafis, fotografi, dan audio (Waters, 2018). Pada saat melakukan aktivitas magang, pekerja magang mendapatkan tugas untuk membuat konten, di antaranya yaitu konten dalam bentuk video berupa Instagram *reels* dan juga Instagram *story* serta konten berbentuk desain grafis seperti pembuatan konten *feeds* untuk hari-hari besar, dan juga konten *feeds* untuk pelayanan kedaruratan BPBD Kota Tangerang.

- Video

Konten video dikelompokkan menjadi lima tipe *digital video* di antaranya yaitu *journalistic*, *content marketing*, *personal brand building*, *education*, dan *creative*. Pada saat melakukan pembuatan konten video, pekerja magang hanya menggunakan dua tipe *digital video* yang akan diunggah pada Instagram BPBD Kota Tangerang, di antaranya yaitu *journalistic* dan *education*. Berikut adalah penjelasan mengenai kedua tipe *digital video* tersebut.

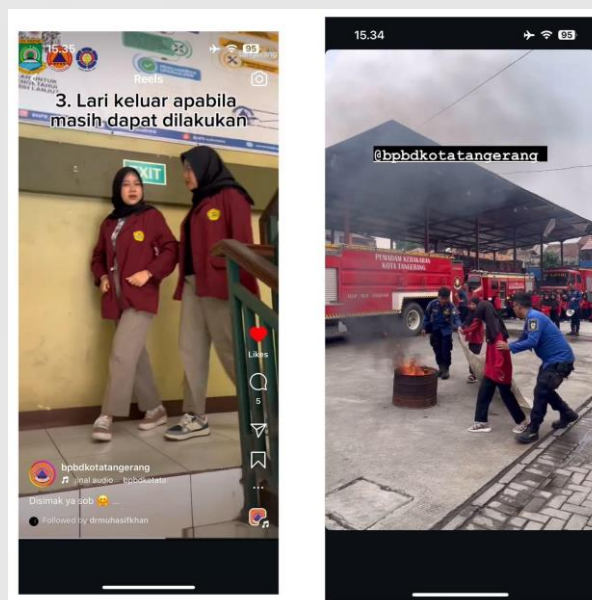
### 1. Video Jurnalistik

Yaitu jenis video yang mengutamakan isi atau pesan konten dibandingkan dengan kualitas visualnya. Video ini sering digunakan sebagai bukti nyata untuk mendokumentasikan suatu peristiwa yang sedang berlangsung. Pekerja magang menggunakan tipe jenis video ini untuk mendokumentasikan kegiatan sosialisasi ke beberapa sekolah terkait pemadaman api ketika terjadi kebakaran. Tujuan dari pembuatan konten ini adalah untuk memberikan gambaran nyata tentang langkah-langkah yang diajarkan dalam sosialisasi tersebut, sehingga informasi dapat tersampaikan secara autentik dan jelas kepada masyarakat luas. Video ini juga berfungsi sebagai arsip dokumentasi yang dapat digunakan BPBD Kota Tangerang untuk melaporkan kegiatan, mengevaluasi program sosialisasi, dan mempromosikan pentingnya edukasi penanggulangan bencana kepada publik. Selain itu, konten ini menjadi sarana edukasi tidak langsung, yang memungkinkan masyarakat memahami pentingnya pengetahuan dasar terkait penanganan kebakaran, bahkan tanpa menghadiri kegiatan sosialisasi secara langsung.

### 2. Video Edukasi

Yaitu video yang menyajikan konten dengan informasi yang bermanfaat. Pekerja magang menggunakan *education video* dalam membuat video *reels* yaitu langkah-langkah yang harus dilakukan jika terjadi gempa bumi.

Tujuan dibuatnya konten edukasi ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kesiapsiagaan menghadapi bencana. Dengan menghadirkan informasi yang mudah dipahami dan aplikatif, video ini bertujuan membantu masyarakat memahami tindakan yang tepat untuk melindungi diri mereka dan orang lain dalam situasi darurat. Selain itu, konten ini diharapkan dapat membangun budaya kesiapsiagaan bencana, yang menjadi salah satu fokus utama BPBD Kota Tangerang dalam upaya mitigasi risiko bencana.



Gambar 3.2 Contoh Konten Video Eukasi Dan Jurnalistik

Sumber: Data Olahan Pekerja Magang (2024)

- *Graphic design, photography, and audio*

Pada saat melakukan aktivitas kerja magang, pekerja magang juga dilibatkan dalam proses pembuatan konten *feeds* untuk media sosial Instagram BPBD Kota Tangerang. Dalam proses pembuatan konten, terdapat sejumlah prosedur yang perlu diperhatikan dan diterapkan dalam proses pembuatan konten di antaranya yaitu *make it easy to consume, create only high-quality assets, include visuals, dan create a series* (Diamond, 2016, p.185).

### 1. *Make it easy to consume*

Pada saat membuat konten *feeds* untuk Instagram, pekerja magang membuat konten tentang “Selamatkan Diri Saat Gempa Bumi”. Pada konten *feeds* tersebut pekerja magang menulis berupa langkah-langkah yang harus dilakukan jika terjadi gempa bumi. Konten yang mudah dipahami adalah konten yang langsung pada inti pembahasan tanpa memerlukan audiens untuk berpikir terlalu rumit (Ross & Lemkin, 2019, p.71). Penulisan langkah-langkah juga dibuat secara singkat berupa poin-poin agar masyarakat dengan mudah mencerna pesan yang disampaikan melalui konten *feeds* jika terjadi gempa bumi. Berikut adalah contoh konten *feeds* “Selamatkan Diri Saat Gempa Bumi”



Gambar 3.3 Contoh Konten Feeds Make It Easy To Consume

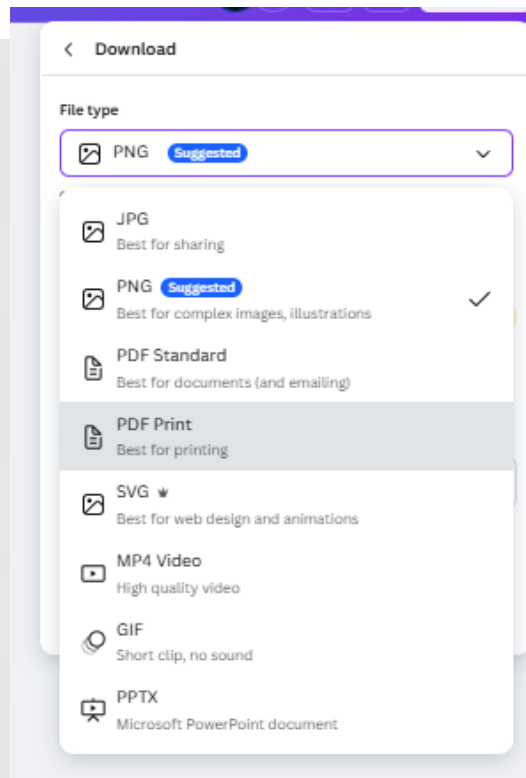
Sumber: Instagram @bpbdkotatangerang

Pada gambar di atas terdapat poin-poin yang harus dilakukan jika terjadi gempa bumi, baik itu di dalam ruangan dan juga di luar ruangan.

## *2. Create only high-quality assets*

Dalam membuat konten, baik itu *feeds* maupun video yang akan diunggah pada media sosial BPBD Kota Tangerang, tentunya konten tersebut harus memiliki kualitas gambar yang baik agar audiens dapat dengan mudah melihat serta mengonsumsi konten tersebut. Pada saat mengedit poster untuk keperluan konten *feeds*, pekerja magang selalu mengedit video dengan menggunakan format PNG agar ketika diunggah pada Instagram, hasil konten *feeds* akan tetap jernih dan enak dilihat oleh audiens. Konten yang mudah dipahami adalah konten yang langsung pada inti pembahasan tanpa memerlukan audiens untuk berpikir terlalu rumit.





Gambar 3.4 Proses Pemilihan Format Poster

Sumber: Dokumentasi Pekerja Magang (2024)

Pada gambar di atas pekerja magang menggunakan format PNG agar gambar yang diunggah pada Instagram tetap memiliki kualitas gambar yang baik.

### 3. *Include Visuals*

Dalam membuat konten yang berbentuk *feeds*, pekerja magang tentunya menggunakan visual tambahan agar dapat memudahkan dan tentunya menarik perhatian audiens. Visual pendukung konten adalah elemen visual yang memungkinkan audiens memahami inti pesan secara langsung hanya dengan sekali melihat (Hulten, 2020, p.175).



Gambar 3.5. Konten Feeds Pelayanan Kedaruratan BPBD Kota Tangerang

Sumber: Instagram @bpbdkotatangerang

Pada konten *feeds* tersebut, pekerja magang menggunakan visual tambahan berupa ikon seperti ular yang mempresentasikan hewan liar sehingga audiens dapat dengan mudah memahami isi konten tersebut.

#### 4. Content Series

Konten serial adalah kumpulan konten yang dibuat dengan konsep serupa dan disajikan dalam bentuk episode. Jenis konten ini membantu audiens mengenali kesinambungan antara satu konten dengan konten berikutnya. Biasanya, konten serial memiliki isi yang saling berhubungan dan berlanjut ke episode selanjutnya. Konten serial adalah konten yang dibuat dengan tema atau konsep serupa

dalam kurun waktu tertentu, seperti selama seminggu atau sesuai jadwal yang telah ditentukan (Cook, 2020, p.85). Selama proses kerja magang, pekerja magang tidak pernah membuat konten serial baik itu berupa *feeds* atau video. Hal ini dikarenakan konten yang disajikan pada Instagram BPBD Kota Tangerang lebih berfokus kepada penyebaran informasi terkait ke daruratan.

b. *Revise*

Setelah membuat, mengedit konten, pekerja magang seringkali melakukan revisi sebelum konten-konten tersebut diunggah pada media sosial BPBD Kota Tangerang. Revisi ini dilakukan untuk memastikan bahwa konten telah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, baik dari segi penyampaian pesan, keakuratan informasi, maupun kualitas visual dan narasi. Tahap revisi juga penting untuk memeriksa kesesuaian konten dengan pedoman atau standar yang berlaku di BPBD Kota Tangerang, sehingga dapat menjaga citra dan kredibilitas instansi. Selain itu, revisi membantu memastikan bahwa konten menarik perhatian audiens, mudah dipahami, dan memberikan nilai informatif yang maksimal, terutama mengingat pentingnya penyampaian informasi kebencanaan kepada masyarakat. Dengan demikian, revisi menjadi langkah akhir yang sangat penting sebelum konten dipublikasikan secara resmi.



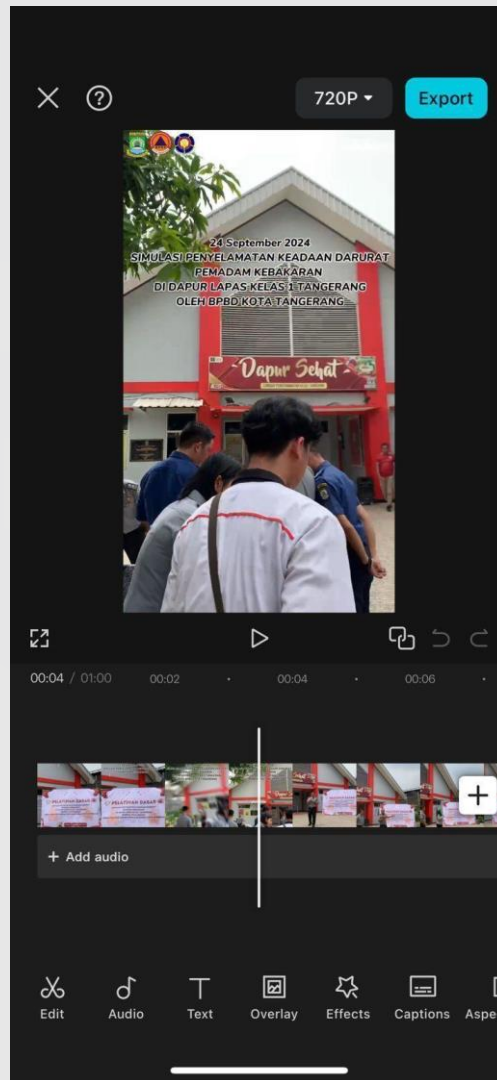
Gambar 3.6 Bukti *Chat* Revisi Konten

Sumber: Dokumentasi Pekerja Magang (2024)

c. *Edit*

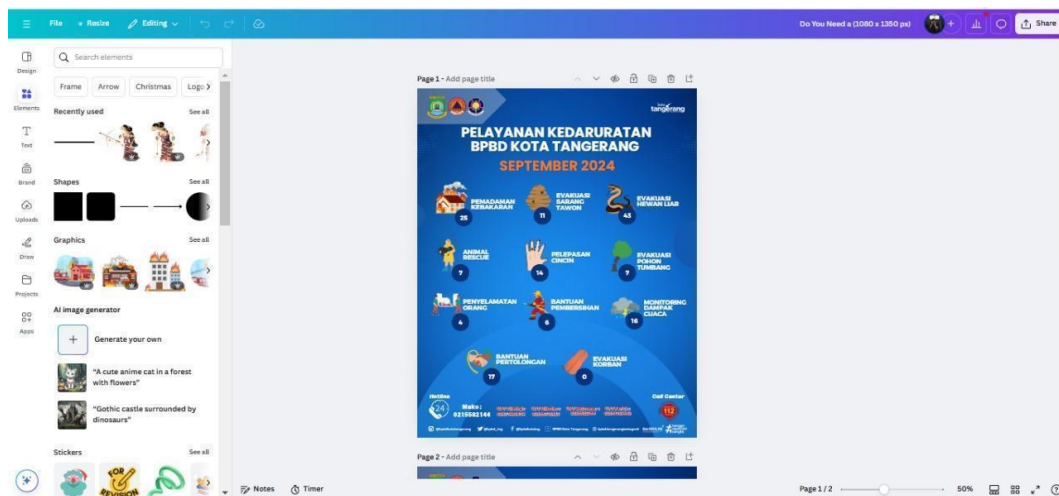
Pada tahap ini pekerja magang mengedit konten sesuai dengan jenis konten yang akan diunggah. Contohnya ketika pekerja magang diberikan tugas untuk mengedit konten berbentuk video, maka pekerja magang menggunakan aplikasi CapCut untuk mengedit video tersebut seperti menambahkan elemen-elemen seperti transisi, teks, dan efek visual agar video lebih menarik dan mudah dipahami. Dan ketika pekerja magang diberikan tugas untuk mengedit konten berbentuk poster dan *flyer*, maka pekerja magang menggunakan *tools* yaitu Canva. Penggunaan *tools* seperti Canva dapat memudahkan pekerja magang dalam mendesain visual yang informatif dan estetik dengan berbagai fitur template dan elemen desain. Proses ini menunjukkan pentingnya penguasaan berbagai aplikasi dan

*editing tools* dalam menciptakan konten yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan platform.



Gambar 3.7 Proses Pengeditan Menggunakan *Tools CapCut*

Sumber: Data Olahan Pekerja Magang (2024)



Gambar 3.8 Proses Pengeditan *Flyer* Menggunakan *Tools Canva*

Sumber: Dokumentasi Pekerja Magang (2024)

#### d. *Review*

Sebelum konten diunggah pada Instagram BPBD Kota Tangerang, pekerja magang biasanya melakukan *review* konten apakah konten tersebut sudah layak diunggah atau belum. Biasanya pada tahap ini pekerja magang juga melibatkan supervisor yaitu Bapak Anwarudin dalam *mereview* konten yang akan diunggah.



Gambar 3.9 Bukti *Chat Review* Konten

Sumber: Dokumentasi Pekerja Magang (2024)

e. *Publish*

Setelah melalui proses *editing* dan direvisi oleh supervisor yaitu Bapak Anwar, konten tersebut diunggah pada media sosial BPBD Kota Tangerang yaitu Instagram. Tahap publikasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa konten dapat diakses oleh masyarakat luas secara efektif. Instagram dipilih sebagai platform utama karena memiliki kemampuan untuk menjangkau berbagai kelompok audiens dengan visual yang menarik dan fitur interaktif yang mendukung. Dengan dipublikasikannya konten ini, BPBD Kota Tangerang dapat menyampaikan informasi penting dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan

audiens terutama masyarakat Kota Tangerang melalui komunikasi yang aktif dan responsif. Tahap publikasi juga menjadi momen krusial untuk mengukur efektivitas konten melalui interaksi seperti *comments*, *likes*, dan *share* yang mencerminkan sejauh mana pesan berhasil diterima oleh audiens.

Selama proses pembuatkn konten, pekerja magang menemukan beberapa perbedaan antara konsep dengan praktik yang dilakukan pekerja magang selama menjalani proses magang. Jika pada konsep urutan dalam pembuatan konten adalah *draft*, *revise*, *edit*, *review*, dan *publish*. Sedangkan urutan yang dilakukan oleh pekerja magang adalag *draft*, *edit*, *review*, *revise*, dan *publish*. Untuk merevisi suatu konten, biasanya pekerja magang harus melakukan tahap *editing* dan meminta *review* dari supervisor terlebih dahulu, baru setelah itu supervisor akan merevisi konten jika konten yang dibuat terdapat kesalahan.

## **B. PR Writing**

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan seorang *Public Relations* dalam penulisan sebelum diunggah pada *website* di antaranya yaitu *objective*, *audiences*, dan *channels* (Wilcox & Reber, 2015). BPBD Kota Tangerang menggunakan *PR Writing* untuk menjalankan tugasnya. Pekerja magang diarahkan untuk membuat siaran pers dan juga artikel berita untuk diunggah pada *website* resmi BPBD Kota Tangerang. Proses ini tidak hanya melatih kemampuan teknis penulisan tetapi juga memberikan pemahaman yang mendalam mengenai standar komunikasi yang efektif dalam sebuah institusi pemerintah. Dengan arahan supervisor, pekerja magang belajar menghasilkan konten yang sesuai dengan nilai organisasi, menarik perhatian pembaca, dan menyampaikan informasi secara jelas serta tepat sasaran.

- *Objective*

Seorang *Public Relations* bertugas menulis berita dengan tujuan utama untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyatukan informasi secara adil dan



seimbang agar dapat disampaikan kepada audiens. Penulisan untuk PR umumnya ditujukan untuk berkomunikasi dengan berbagai kalangan, baik melalui media berita maupun saluran komunikasi lainnya. Tujuan dari penulisan ini adalah memberikan informasi yang akurat, membujuk, serta memotivasi audiens.

Namun, dalam konteks penulisan di *website* BPBD Kota Tangerang, fokus utamanya adalah menyampaikan informasi kepada publik terkait kegiatan BPBD Kota Tangerang atau acara-acara yang berhubungan dengan institusi tersebut. Penulisan ini mengutamakan penggunaan metode 5W+1H (*What, Who, Why, When, Where, How*) untuk menyampaikan fakta secara jelas, tanpa adanya tujuan lain seperti persuasi atau motivasi.

- *Audiences*

Media massa memiliki jangkauan audiens yang luas, sehingga seorang *PR Writer* perlu melakukan identifikasi yang tepat terhadap audiens beserta komposisinya. Hal ini bertujuan agar informasi yang disampaikan dapat sesuai dengan minat dan perhatian khalayak. *PR Writer* juga dituntut untuk selalu memahami kebutuhan, minat, dan kepentingan audiens.

Dalam hal audiens, BPBD Kota Tangerang tidak menetapkan target spesifik untuk platform media daringnya. Berita yang dibuat berfokus pada penyampaian informasi untuk kebutuhan internal BPBD Kota Tangerang sekaligus untuk konsumsi publik. Sebagai salah satu bagian lembaga non departemen, BPBD Kota Tangerang bertanggung jawab menyediakan informasi yang transparan dan mudah diakses oleh berbagai pihak. Audiens yang menjadi sasaran mencakup masyarakat umum, akademisi, peneliti, serta media, yang memerlukan informasi terkini terkait kesiapsiagaan bencana.

- *Channels*

*PR Writing* tidak hanya terbatas pada satu jenis platform media, melainkan harus memanfaatkan berbagai saluran dan platform untuk menjangkau audiens secara efektif. Secara umum, *PR Writing* dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori yaitu, media yang diperoleh, media yang dimiliki, dan media yang dibayar. Kombinasi dari ketiga jenis media ini digunakan untuk memastikan pesan dapat diterima dan dipahami secara maksimal.

BPBD Kota Tangerang, dalam menyebarkan berita, memanfaatkan media milik mereka sendiri, salah satunya adalah *website* resmi. Selain itu, humas BPBD Kota Tangerang juga memanfaatkan berbagai media lain, seperti Instagram untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan mereka. Setiap platform media yang digunakan memiliki karakteristik audiens yang berbeda, sehingga strategi yang diterapkan disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing platform.

Untuk itu, berikut adalah uraian pekerja magang sebagai *PR Writing* di BPBD Kota Tangerang.

a. Siaran Pers

Divisi humas di BPBD Kota Tangerang mendapatkan tugas langsung oleh kepala seksi (Kasi) bidang kedaruratan dan logistik yaitu Bapak Sarpa Wasesa untuk membuat siaran pers. Siaran pers adalah dokumen yang disusun oleh bagian *Public Relations* (PR) untuk menyampaikan informasi yang dianggap memiliki nilai berita kepada media massa. Tujuan utamanya adalah meningkatkan kesadaran publik mengenai sebuah organisasi, produk, layanan, atau peristiwa tertentu (Wilcox & Reber, 2015).

**PIMPIN APEL SIAGA BENCANA, DR NURDIN CEK KESIAPAN PERSONEL  
HINGGA ARMADA PENDUKUNG**

**Kamis, 14 November 2024**, Dalam rangka meningkatkan kesiapsiagaan menghadapi potensi bencana sekaligus memastikan kelancaran Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Serentak 2024, Penjabat (Pj) Wali Kota Tangerang, Dr. Nurdin, memimpin Apel Siaga Bencana, yang digelar di Stadion Benteng Reborn, Kota Tangerang, Kamis (14/11). Apel ini melibatkan sekitar 400 personel gabungan dari berbagai unsur serta 50 armada kendaraan untuk mendukung kesiapan penanggulangan bencana.

Apel Siaga Bencana dihadiri oleh sejumlah elemen penting, seperti jajaran kepolisian, TNI, Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD), Palang Merah Indonesia (PMI), Dinas Lingkungan Hidup (DLH), Satpol PP, Tagana, Pramuka, serta Camat dan Lurah se-Kota Tangerang. Hadir juga Wakil Ketua II DPRD Kota Tangerang, Kapolres Metro Tangerang Kota, dan perwakilan Kodim 0506/Tangerang yang turut mendukung pelaksanaan apel ini.

Dalam kesempatannya, Dr. Nurdin, menegaskan bahwa apel ini dilakukan untuk memastikan kesiapan semua pihak dalam menghadapi potensi bencana.

"Kita kerahkan semua unsur untuk memastikan kesiapsiagaan personel dan peralatan. Tim di lapangan seperti Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang (PUPR), telah menyiapkan peralatan seperti pompa air dan mobil pompa, jadi jika terjadi genangan atau banjir, tim PUPR dan personel gabungan siap bergerak cepat," ujar Dr. Nurdin.

Selain kesiapan peralatan, Pj. Wali Kota Tangerang, juga meminta agar seluruh pihak menjaga kondisi saluran air, memastikan tidak ada sampah yang menyumbat. Selain itu, Ia menambahkan, apel ini juga merupakan bagian dari kesiapan Kota Tangerang dalam menghadapi Pilkada Serentak 2024. "Antisipasi utama kami agar TPS tidak ditempatkan di lokasi rawan banjir, dan untuk personel akan disiapkan maksimal, akan tetapi menyesuaikan kebutuhan di lapangan demi menjamin kelancaran pemilu," jelasnya.

Mantan Pj. Bupati Aceh Jaya ini, juga menyoroti beberapa titik rawan bencana, seperti daerah Ciledug dan Neroktog yang kerap menjadi lokasi banjir akibat luapan aliran sungai, dan untuk mengatasi masalah ini, diperlukan koordinasi antara Kota Tangerang dan

Gambar 3.10 Siaran Pers Apel Siaga Bencana

Sumber: Data Olahan Pekerja Magang (2024)

Dalam proses pembuatan siaran pers, pekerja magang diarahkan secara langsung oleh supervisor bagaimana cara membuat siaran pers yang

baik dan benar. Dan dalam pembuatan siaran pers terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan, di antaranya yaitu:

- Format standar

Jika dilihat dari gambar di atas, siaran pers tersebut belum sepenuhnya mengikuti format standar. Hal ini dikarenakan tidak ditemukannya logo perusahaan yang memudahkan media mengidentifikasi dari mana asalnya siaran pers tersebut, meskipun siaran pers tersebut sudah memiliki *headline* yang dilengkapi dengan nama perusahaan. Kemudian, di paragraf pertama tercantum tempat dan tanggal dari peristiwa. Lalu, pekerja magang menyertakan 5W + 1H sebagai *lead* dari siaran pers.

- a. *What*: Apel Siaga, PJ Walikota Cek Persiapan Personil Dan Armada Pendukung
- b. *When*: Kamis, 14 November 2024
- c. *Where*: Stadion Benteng Reborn, Kota Tangerang
- d. *Who*: Jajaran kepolisian, TNI, Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD), Palang Merah Indonesia (PMI), Dinas Lingkungan Hidup (DLH), Satpol PP, Tagana, Pramuka, dan Camat dan Lurah se-Kota Tangerang.
- e. *Why*: Untuk memastikan kesiapan semua pihak dalam menghadapi potensi bencana.

Selain itu, siaran pers dilengkapi dengan enam paragraf yang mencakup berbagai informasi penting. Paragraf-paragraf tersebut berisi kutipan dari *key person*, serta rincian pihak-pihak yang hadir dalam apel tersebut. Namun, pada bagian akhir siaran pers, tidak ditemukan informasi dasar mengenai perusahaan.

- Informasi menarik

Siaran pers tersebut menyoroti tentang kesiapsiagaan pemerintah Kota Tangerang dalam menghadapi bencana. Siaran pers juga memberikan informasi tentang program-program edukasi yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesiapsiagaan dalam menghadapi situasi darurat. Upaya ini dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh elemen masyarakat, termasuk komunitas lokal dan organisasi terkait, siap menghadapi berbagai potensi bencana yang dapat terjadi di wilayah Kota Tangerang.

- Tepat waktu

Kegiatan Apel Siaga Bencana dilaksanakan pada hari Kamis, 14 November 2024. Tim humas dari BPBD Kota Tangerang seharusnya mengirim *draft* siaran pers di hari yang sama agar siaran pers tersebut dapat diangkat menjadi sebuah berita oleh media. Akan tetapi terjadi *miss* komunikasi antara pekerja magang dengan supervisor sehingga siaran pers tersebut baru bisa dijadikan berita oleh *Tribun News* keesokan harinya yaitu pada tanggal 15 November 2024.



Gambar 3.11 Artikel Tribun News

Sumber: Data Olahan Pekerja Magang (2024)

Perbedaan antara konsep dengan praktik yang dilakukan oleh pekerja magang dapat dilihat dari beberapa poin-poin di atas. Seperti tidak adanya informasi atau sumber tambahan perusahaan pada isi siaran pers serta adanya keterlambatan perusahaan dalam mengelola siaran pers sehingga terjadi keterlambatan untuk siaran pers tersebut dijadikan sebuah berita.

a. Artikel Berita

Pekerja magang juga mendapatkan tugas dalam membuat artikel berita yang nantinya berita tersebut diunggah pada *website* resmi BPBD Kota Tangerang. Dalam penulisan pada *website*, terdapat dua konsep utama yang harus diperhatikan, yakni perbedaan signifikan antara cara orang membaca secara daring dan cara mereka membaca dokumen cetak (Wilcox & Reber, 2015). Saat membaca secara daring, pembaca cenderung membaca lebih cepat dan kurang mendalam, sering kali hanya melakukan *skimming*,

mencari kata kunci, dan fokus pada informasi yang langsung menarik perhatian mereka. Oleh karena itu, penulisan konten daring perlu disajikan dengan gaya yang singkat, langsung pada inti, serta dilengkapi dengan sub-judul, poin-poin, dan visual menarik untuk mempermudah pembaca memahami informasi dengan cepat. Dalam praktiknya, pekerja magang juga menerapkan gaya penulisan ini dengan menyusun berita secara ringkas dan tidak bertele-tele, sering menggunakan format poin-poin, serta menambahkan elemen visual, seperti foto, untuk memperkuat penyampaian informasi.

Memahami perbedaan ini sangat penting bagi pekerja magang, karena hal tersebut akan mempengaruhi cara dan struktur penulisan yang diterapkan. Penulisan untuk platform *online* memerlukan kesederhanaan serta daya tarik visual, sementara penulisan untuk media cetak membutuhkan kedalaman dan penggunaan bahasa yang lebih kaya. Terdapat 10 pedoman umum yang perlu diperhatikan saat berperan sebagai penulis untuk *website Public Relations* (Wilcox & Rebex 2015), berikut adalah penjelasannya:

### ***1. Keep your Headlines Clear and Enticing***

Judul yang jelas dan menarik sangat penting untuk menarik perhatian pembaca sejak awal. Judul harus mudah dipahami, singkat, dan langsung ke inti informasi yang ingin disampaikan. Selain itu, judul yang menggugah rasa penasaran atau menawarkan manfaat bagi pembaca akan lebih efektif dalam mendorong pembaca untuk melanjutkan membaca konten tersebut.

## Memasuki Musim Penghujan, BPBD Kota Tangerang Siagakan Delapan Posko Bencana

Jumat, 15 November 2024 13:04 WIB | Dibaca : 578



Gambar 3.12 Judul Artikel Berita

Sumber: Dokumentasi Pekerja Magang (2024)

Pada contoh penulisan berita di atas, BPBD Kota Tangerang menggunakan judul yang jelas dan menarik. Beberapa judul yang disebarakan oleh BPBD Kota Tangerang mengombinasikan kejelasan, singkatnya, dan daya tarik untuk menarik perhatian pembaca. Judul tersebut dengan tepat menggambarkan inti pesan utama dan memberikan gambaran singkat mengenai isi berita.

### 2. *Get to The Point*

*Get to The Point* adalah salah satu pedoman penting dalam penulisan untuk *website Public Relations* yang menekankan pentingnya menyampaikan informasi utama secara langsung dan tanpa bertele-tele. Dalam dunia digital, pembaca cenderung mencari informasi dengan cepat, sehingga kalimat pembuka harus menarik perhatian mereka sekaligus menyampaikan inti pesan. Dengan menggunakan bahasa yang ringkas dan efektif, penulis dapat memastikan bahwa audiens memahami pesan utama sejak awal tanpa kehilangan minat.



Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kota Tangerang terus melakukan upaya antisipasi kebencanaan, yang mungkin akan terjadi di Kota Tangerang saat memasuki musim penghujan. Selain personel serta sarana dan prasarana, BPBD Kota Tangerang juga telah menyiapkan delapan Posko Bencana, di Kota Tangerang.

Plt Kalak BPBD Kota Tangerang Ubaidillah Ansar mengatakan, saat ini BPBD Kota Tangerang telah menyiapkan delapan Posko Kebencanaan. Langkah ini diambil, sebagai upaya antisipasi jika terjadi bencana di Kota Tangerang dapat ditangani cepat dan sigap.

### Gambar 3.11 Pengantar Berita

Sumber: Dokumentasi Pekerja Magang (2024)

Bisa kita lihat pada paragraf awal artikel berita di atas bahwa paragraf pertama tersebut langsung membahas informasi penting yaitu BPBD Kota Tangerang telah menyiapkan delapan posko bencana di Kota Tangerang.

#### **3. *Link to Resources for Future Information***

Menyertakan tautan dalam berita dapat membantu pembaca mengakses informasi tambahan terkait topik tertentu dan mendorong mereka untuk lebih lama menjelajahi situs. Penggunaan tautan dalam artikel atau halaman *web* memiliki manfaat penting, seperti memberikan akses langsung ke sumber daya tambahan yang relevan dan mendalam, sehingga memperkaya pemahaman pembaca tentang topik yang dibahas. Namun, dalam berita yang disajikan di *website* BPBD Kota Tangerang, penggunaan tautan belum diterapkan. Hal ini menjadi peluang yang terlewatkan, terutama mengingat bahwa BPBD sering membahas topik-topik penting terkait mitigasi bencana, edukasi masyarakat, dan informasi kebijakan yang seringkali memiliki referensi tambahan.

#### **4. *Keep Paragraphs to A Few Short Sentences***

Teks yang terlalu panjang dapat membuat pembaca merasa jenuh, sedangkan paragraf pendek lebih mudah dipahami dalam waktu singkat. Dalam era digital yang serba cepat, pengguna internet

biasanya mencari informasi secara efisien. Oleh karena itu, menulis dengan paragraf pendek menjadi sangat penting untuk menarik dan menjaga perhatian pembaca. Selain mempermudah pembaca dalam memindai informasi, paragraf pendek juga lebih menarik secara visual. Pada berita yang disajikan di *website* BPBD Kota Tangerang, pendekatan penulisan singkat namun tetap informatif menjadi pilihan utama.

Ia pun menjelaskan, Posko Bencana ini aktif 24 jam dan siap membantu masyarakat jika terjadi bencana. Petugas juga akan fokus pada situasi daerah rawan bencana. Ia pun mengimbau kepada masyarakat Kota Tangerang untuk tetap waspada terhadap bencana yang bisa datang kapan saja.

"Tidak hanya wilayah rawan banjir, warga yang tinggal di dataran yang lebih tinggi juga diimbau untuk selalu waspada, terhadap bencana apa pun yang bisa datang kapan saja," imbau Ubaidillah.

Lanjutnya, masyarakat Kota Tangerang diimbau untuk menggelar kerja bakti, bersih-bersih lingkungan. Pastikan, selokan atau gorong-gorong tidak tersumbat lumpur atau pun sampah-sampah yang bisa membuat aliran air terhambat dan mengakibatkan banjir.

Gambar 3.12 Berita dengan Penyampaian Singkat

Sumber: Dokumentasi Pekerja Magang (2024)

Bisa dilihat pada gambar 3.12 yaitu paragraf yang digunakan pada artikel berita tersebut tidak terlalu panjang agar lebih efisien ketika dibaca.

##### **5. Use Bullet Points and Numbered Lists**

Penggunaan poin-poin membantu menyajikan isi berita agar lebih mudah dipahami dalam waktu singkat. Dalam dunia digital yang dipenuhi arus informasi cepat dan berlimpah, pembaca cenderung tidak memiliki waktu atau kesabaran untuk membaca seluruh teks secara mendetail. Sebaliknya, mereka lebih memilih memindai halaman untuk menemukan informasi yang paling relevan. Pada berita yang dimuat di *website* BPBD Kota Tangerang, format poin sering digunakan, misalnya untuk mencantumkan daftar tamu yang hadir dalam sebuah acara dan informasi serupa lainnya.

Berikut Posko Bencana yang disiagakan BPBD Kota Tangerang:

1. Mako BPBD Kota Tangerang – (021-5582-144)
2. UPT Ciledug – (021-7345-0934)
3. UPT Cibodas – (021-5573-2113)
4. UPT Batucopeper – (021-5522-366)
5. UPT Periuk – (021-5931-9462)
6. Pos Benda - (021-5522-366)
7. Pos Pinang - (021-7345-0934)
8. Pos Keroncong - (021-5931-9462)

Ia pun menjelaskan, Posko Bencana ini aktif 24 jam dan siap membantu masyarakat jika terjadi bencana. Petugas juga akan fokus pada situasi daerah rawan bencana. Ia pun mengimbau kepada masyarakat Kota Tangerang untuk tetap waspada terhadap bencana yang bisa datang kapan saja.

### Gambar 3.13 Penggunaan *Bullet Points* Pada Artikel Berita

Sumber: Dokumentasi Pekerja Magang (2024)

Bisa dilihat pada gambar 3.13 yaitu penggunaan *bullet points* digunakan untuk memudahkan pembaca dalam membaca artikel berita agar lebih efisien.

#### **6. *Include Sub-Heads***

Pada penulisan artikel berita di atas, pekerja magang tidak membuat *sub-heads* untuk isi dari artikel berita tersebut. Hal ini dikarenakan berita yang disajikan oleh BPBD Kota Tangerang adalah berita yang berfokus pada satu pembahasan saja, sehingga *sub-heads* tidak diperlukan dalam proses pembuatan artikel berita tersebut.

#### **7. *Use Relevant Keyword***

Kata kunci merupakan elemen penting dalam membantu pencarian indeks, sehingga penerapan teknik SEO (*search engine optimization*) secara efektif sangatlah diperlukan. Penggunaan istilah yang sering dicari oleh audiens menjadi kunci untuk membuat konten lebih mudah ditemukan. Penulisan berita dengan memperhatikan prinsip SEO adalah langkah penting untuk meningkatkan visibilitas *website*. Dengan memilih dan menggunakan kata kunci yang relevan, situs dapat menarik lebih

banyak pengunjung. Kata kunci yang dipilih harus sesuai dengan topik dan sering digunakan oleh target audiens. Pada berita yang diunggah di *website* BPBD Kota Tangerang, pemilihan kata kunci dilakukan berdasarkan kegiatan yang sedang dilaporkan.

## Memasuki Musim Penghujan, BPBD Kota Tangerang Siagakan Delapan Posko Bencana

Jumat, 15 November 2024 13:04 WIB | Dibaca : 595



Gambar 3.13 Penggunaan *Keywords* Pada Judul Artikel Berita

Sumber: Dokumentasi Pekerja Magang (2024)

Bisa dilihat pada judul artikel yang diunggah pada *website* BPBD Kota Tangerang menggunakan beberapa *keywords* di antaranya yaitu “Penghujan” dan “Posko Bencana”

### 8. *Write Like You Talk*

Internet telah merevolusi cara berkomunikasi dan menyampaikan informasi. Berbeda dengan media cetak yang umumnya menggunakan gaya penulisan formal dan terstruktur, platform *website* cenderung mendukung gaya yang lebih santai dan komunikatif. Namun, di BPBD Kota Tangerang, gaya penulisan yang diterapkan tetap formal dan tidak berdasarkan dari opini

pribadi penulis. Penulisan berfokus pada penyampaian fakta yang telah terverifikasi dan dapat dipertanggungjawabkan.



Gambar 3.14 Apel Siaga Bencana

Sumber: Dokumentasi Pekerja Magang (2024)

Bisa dilihat pada gambar 3.14 pekerja magang menulis berita berdasarkan kejadian yang terjadi di lapangan yaitu kegiatan apel siaga bencana yang bertujuan untuk memastikan kesiapan semua pihak dalam menghadapi potensi bencana.

### 9. *Double-Check Everything*

*Double-Check Everything* adalah pedoman penting bagi penulis *website Public Relations* untuk memastikan keakuratan dan kredibilitas informasi yang disampaikan. Sebelum publikasi, setiap fakta, angka, nama, dan kutipan harus diperiksa ulang agar tidak ada kesalahan. Hal ini bertujuan untuk menjaga kepercayaan audiens dan mencegah dampak negatif yang mungkin timbul akibat informasi yang salah atau tidak akurat. Memastikan informasi benar juga menunjukkan profesionalisme dan komitmen terhadap kualitas komunikasi yang tinggi.

### ***10. Encourage Feedback***

Interaksi aktif antara pengguna dan konten adalah ciri khas kehidupan di dunia digital. Karena itu, memberikan kesempatan kepada pembaca untuk memberikan umpan balik dan komentar menjadi hal yang penting. Namun, berita yang diunggah oleh BPBD Kota Tangerang tidak dirancang untuk memfasilitasi interaksi tersebut. Sebaliknya, berita yang dipublikasikan lebih berfokus pada penyampaian informasi kepada publik mengenai kegiatan yang berlangsung di BPBD Kota Tangerang.

Perbedaan yang terjadi ketika pekerja magang membuat artikel berita diantaranya yaitu:

1. Dalam penulisan artikel berita, pekerja magang tidak menyertakan *sub-heads* untuk membagi isi artikel. Hal ini disebabkan oleh karakteristik berita yang dipublikasikan oleh BPBD Kota Tangerang, yang cenderung berfokus pada satu topik utama. Artikel semacam ini biasanya singkat dan langsung pada inti permasalahan, sehingga tidak memerlukan pengorganisasian tambahan melalui *sub-heads*. Namun, meskipun berita yang disajikan bersifat ringkas, penggunaan *sub-heads* sebenarnya dapat membantu meningkatkan keterbacaan dan daya tarik artikel, terutama bagi pembaca yang lebih menyukai informasi yang terstruktur. *Sub-heads* juga dapat mempermudah audiens dalam menavigasi isi berita dan menemukan poin-poin penting tanpa harus membaca keseluruhan artikel.
2. Pekerja magang tidak pernah menambahkan *link* atau sumber informasi tambahan. Dengan adanya *link* atau tautan, pembaca dapat dengan mudah mengakses informasi lebih lanjut, memperkaya wawasan mereka, serta menambah kepercayaan terhadap berita yang disampaikan.
3. Pada *website* BPBD Kota Tangerang tidak terdapat kolom komentar atau *feedback* dikarenakan fokus berita yang dipublikasikan lebih berfokus pada

penyampaian informasi kepada publik mengenai kegiatan yang berlangsung di BPBD Kota Tangerang.

### **3.3 Kendala Yang Ditemukan**

Selama pekerja magang melakukan proses kerja magang pada divisi humas di BPPD Kota Tangerang terdapat beberapa kendala yang ditemukan oleh pekerja magang, di antaranya yaitu:

1. Pada saat awal melakukan praktik kerja lapangan, pekerja magang jarang sekali mendapatkan arahan serta *job description* dari supervisor, sehingga pekerja magang sedikit merasa kebingungan tentang *job description* yang telah diberikan oleh supervisor.
2. Kurangnya efektifitas alur kerja magang, contohnya ketika *staff* dari bidang lain memberi tugas di luar *job description* pekerja magang, sehingga hal tersebut menghambat pekerjaan utama pekerja magang.
3. Kurangnya komunikasi efektif antara pekerja magang dan supervisor sehingga terjadi hambatan terhadap pekerja magang untuk mengerjakan tugasnya.
4. Pada proses pembuatan konten sampai pada tahap publikasi, pekerja magang beberapa kali mendapatkan kesulitan agar konten yang sudah dibuat bisa disetujui dan diunggah pada media sosial Instagram BPBD Kota Tangerang. Hal ini dikarenakan supervisor memiliki alasan yaitu tone pada konten terutama konten dengan format video tidak seuai dengan tone warna video yang biasanya di *edit* dan di unggah oleh supervisor.

### **3.4 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan**

Solusi yang diberikan pekerja magang terhadap kendala yang ditemukan selama melakukan proses kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Solusi untuk mengatasi kurangnya arahan dan *job description* dari supervisor adalah dengan mengambil inisiatif untuk berkomunikasi secara proaktif. Pekerja magang meminta penjelasan lebih rinci mengenai tugas-tugas yang harus dilakukan, mengajukan pertanyaan jika ada hal yang kurang jelas, atau menyarankan pertemuan rutin untuk membahas pekerjaan dan progres. Hal ini dapat membantu menciptakan pemahaman yang lebih baik antara magang dan supervisor, sehingga pekerjaan dapat dilakukan dengan lebih efektif.
2. Segera mengkomunikasikan situasi tersebut kepada supervisor. Jelaskan tugas tambahan yang diberikan oleh *staff* lain dan diskusikan prioritas kerja. Jika memungkinkan, minta supervisor untuk membantu mengklarifikasi batasan jobdesk magang kepada *staff* terkait, sehingga tugas utama tetap dapat diselesaikan tepat waktu tanpa gangguan.
3. Pekerja magang secara aktif meminta supervisor untuk memberikan arahan dalam bentuk tertulis yang menjelaskan tugas-tugas secara detail, sehingga dapat dijadikan acuan jika terjadi kebingungan.
4. Untuk mengatasi permasalahan dalam pembuatan sampai publikasi konten, pekerja magang meminta bantuan kepala seksi agar konten yang sudah dibuat oleh pekerja magang bisa diunggah pada Instagram BPBD Kota Tangerang.