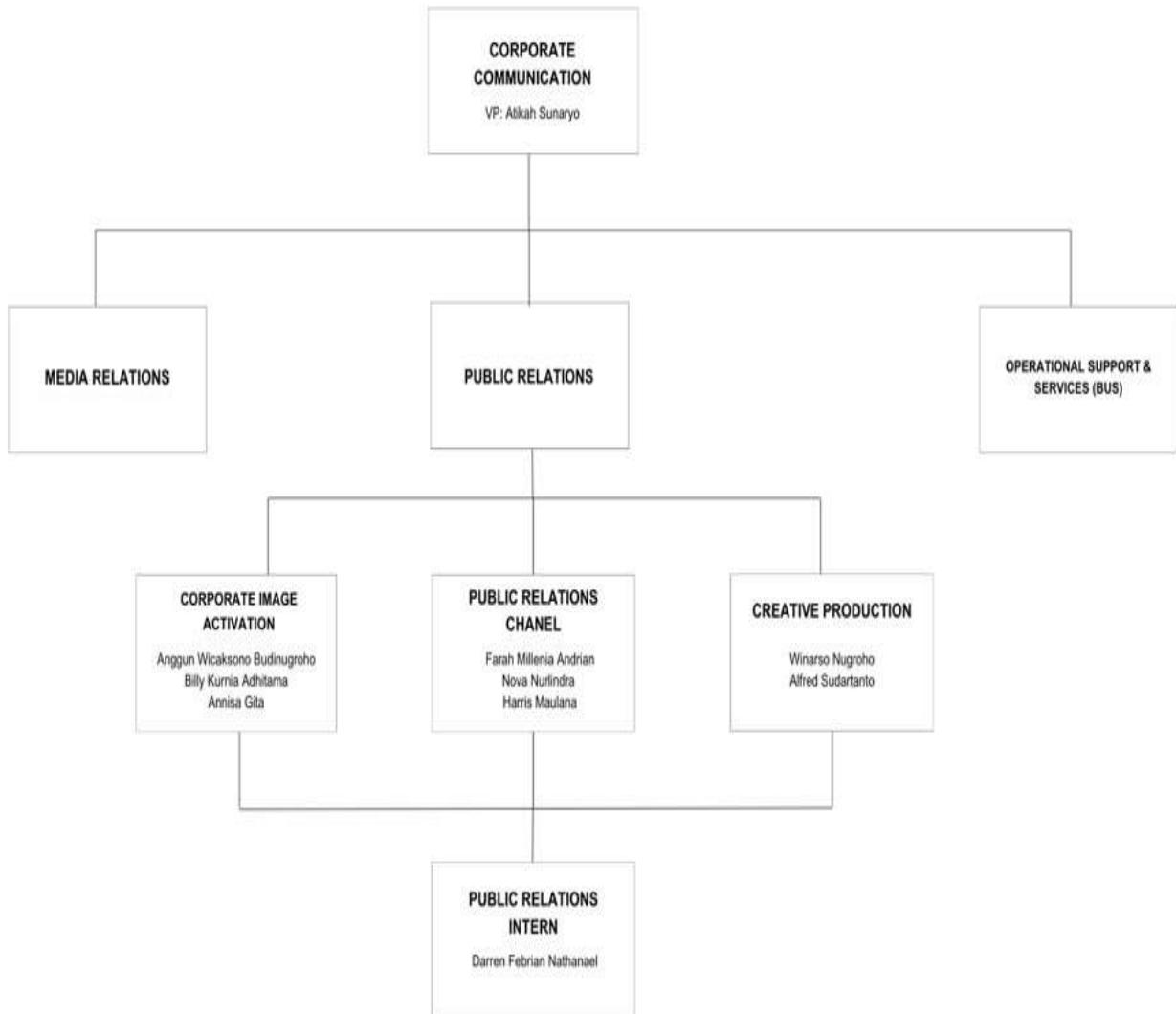


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kegiatan kerja magang yang dijalani penulis di Sinar Mas Land sebagai Public Relations dan bertanggung jawab dalam membantu peran divisi Public Relations yang berada dalam naungan Departemen Corporate Communication. Berikut bagan alur kedudukan dan koordinasi di Sinar Mas Land.



Gambar 3. 1 Kedudukan Divisi Corporate Communication
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Berdasarkan struktur dan kedudukan di atas, penulis sebagai Public Relations Intern berada di bawah divisi Public Relations dalam departemen Corporate Communication yang dipimpin oleh VP Atikah Sunaryo. Sebagai bagian dari Public Relations, peran Public Relations Intern adalah mendukung kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh tiga sub-divisi utama, yaitu *Corporate Image Activation*, *Public Relations Chanel*, dan *Creative Production*. Koordinasi ini dilakukan sesuai dengan kebutuhan proyek atau tugas yang sedang berlangsung, termasuk dukungan administratif, pelaksanaan kampanye komunikasi, produksi konten kreatif, dan kegiatan relasi media. Intern diharapkan menjadi penghubung yang fleksibel, menjalankan tugas yang mendukung kelancaran operasional dan memastikan sinergi antar tim dalam mencapai tujuan komunikasi korporat. Selama menjalankan Intern, penulis ber koordinasi dengan tim Corporate Image Activation yakni Mas Anggun Wicaksono Budinugroho dalam menjalankan rangkaian tugas yang diberikan seperti penulisan Press Release dan juga Company Visit, kemudian hasil dari tugas tersebut dikembalikan lagi kepada beliau dan diserahkan langsung kepada Vice President yakni Bu Atikah Sunarya untuk di approval.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama berlangsungnya praktik kerja magang sebagai Public Relation Intern, penulis melakukan berbagai jenis pekerjaan untuk menjaga dan memelihara citra positif perusahaan dimata publik. Dalam memelihara dan mempertahankan citra positif perusahaan, Public Relation merancang press release. Dalam hal ini, penulis membantu menyusun press release perusahaan yang berisikan mengenai pencapaian atau keberhasilan perusahaan, inisiatif sosial, ataupun peluncuran produk. Pencapaian yang diperoleh oleh Sinar Mas Land, setiap bulannya dirangkum oleh Public Relation dalam bentuk Monthly Report. Corporate Communication merangkum pencapaian rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Corporate Communication dalam kurun waktu sebulan. Penulis membantu menyusun rekapatan Monthly Report dari bulan September hingga Desember yang berisikan keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan kantor, laporan, press release, acara Company Visit, dan rangkaian acara lainnya yang dilakukan oleh Public Relation. Acara – acara yang diadakan oleh Public Relation dalam

mencapai kelancaran acara, Public Relations memerlukan Cue Card untuk menjelaskan susunan acara secara sistematis dan teratur. Dalam hal ini, penulis membantu merancang Cue Card untuk acara – acara yang dilakukan oleh Public Relation seperti Company Visit ataupun pertemuan dengan pilar – pilar baik nasional maupun internasional. Hal ini memudahkan pembicara ketika berbicara ataupun berhadapan dengan pihak eksternal dan menghindari misinformasi mengenai hal yang perlu disampaikan kepada pihak luar. Public Relations dalam menjaga hubungan dengan pihak eksternal sekaligus memelihara citra positif perusahaan kerap kali mengadakan beberapa acara perusahaan yang dihadiri oleh pihak eksternal. Acara – acara tersebut ialah Company Visit, Media Gathering, dan Green Initiatives Talk 2024. Dalam Company Visit penulis melaksanakan tugas sebagai tim dokumentasi dan juga runner acara, hal ini dilakukan guna menciptakan acara supaya bersifat lebih terstruktur dan juga efektif. Dalam Media Gathering, penulis melakukan tugas sebagai tim multimedia atau projector, hal ini dilakukan karena banyaknya materi presentasi yang akan disampaikan oleh pihak terkait, dan juga banyak games games menarik yang perlu ditampilkan di layar dengan crew yang relative sedikit. Di acara Green Initiatives Talk, penulis melakukan tugas sebagai tim social media, khususnya sewaktu meliput kegiatan acara dan juga editing video yang kemudian akan direvisi oleh tim social media Sinar Mas lalu di upload di akun Instagram @lifeatsinarmasland. Dalam me-*maintain* relasi antara perusahaan dengan pihak eksternal, penulis juga membantu mengumpulkan *Goodiebag* yang kemudian akan diberikan kepada pihak eksternal sebagai tanda terima kasih ataupun apresiasi.

3.2.1 Tugas Yang Dilakukan

Gambaran Umum dari Public Relations memiliki tugas dan tanggung jawab atas pemeliharaan dan pembentukan citra perusahaan yang baik di mata publik melalui beberapa strategi dan kegiatan perusahaan. Berikut penjabaran lini waktu mengenai aktivitas kerja magang selama menjadi peserta kerja magang di Sinar Mas Land.

Aktivitas	September				Oktober				November				Desember			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pembuatan Press Release																
Perancangan Monthly Report									Red				Red			Red
Company Visit					Blue	Blue			Blue	Blue	Blue					
Media Gathering												Green				
Green Initiatives Talk 2024						Orange										
Penataan Goodie Bag					Cyan	Cyan	Cyan	Cyan	Cyan	Cyan	Cyan	Cyan	Cyan	Cyan	Cyan	Cyan

*Tabel 3.2.1 Timeline Pelaksanaan Kerja Magang
Sumber: dok. pribadi penulis*

Peran dan tanggung jawab yang dilakukan sebagai Public Relations dalam kegiatan kerja magang adalah sebagai berikut:

Press Release Writing	Menyusun Press Release yang kemudian akan di publikasikan ke dalam web resmi Sinar Mas Land, hal ini dilakukan guna memberikan citra perusahaan yang baik kepada public.
Monthly Report	kemudian membuat monthly report/pendataan terhadap apa yang telah Tim PR lakukan selama sebulan, hal ini dilakukan untuk membuat hasil kerja tim PR dan juga men-develop kinerja masing masing supaya bulan berikutnya lebih baik.
Event Management	Menjadi Runner, khususnya dalam event event yang dilaksanakan oleh tim PR, seperti company visit dan juga kunjungan dari investor bahkan anak perusahaan yang dimiliki oleh Sinar Mas Land.
Social Media	Dokumentasi dan juga, melakukan editing terkait video terkait

	Initiatives Talk 2024 dan juga Sinar Mas Digital Day 2024 yang kemudian akan di upload di akun social media milik Sinar Mas Land.
Media Relations	Membantu Divisi Media Relations dalam melakukan mediasi dengan media media Kawasan terkait publikasi konflik dan juga permasalahan, selain itu melakukan <i>media monitoring</i> dan <i>media Clipping</i> (pendataan media) yang meliput hal hal atau kegiatan yang diadakan oleh Sinar Mas Land, mulai dari launching produk, cluster, dan juga kegiatan bakti sosial.

Tabel 3.2. 1 Pekerjaan Public relations

Sumber: dok. pribadi penulis

Saat proses kerja magang berlangsung selama enam ratus empat puluh jam kerja, penulis melakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari perancangan atau penyusunan hingga tahap ekskususi yang melibatkan berbagai pihak. Aktivitas yang disusun tersebut dibutuhkan wawasan dan kemampuan dasar mengenai Public Relations.

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah detail penjelasan dari pekerjaan yang dilakukan selama masa kerja magang di Sinar Mas Land. Setiap pekerjaan didasarkan pada pembagian kerangka kerja yang sudah dibagikan pada peserta magang.

A. Corporate Communication

Komunikasi korporat adalah kumpulan kegiatan yang melibatkan seluruh komunikasi guna menciptakan citra ataupun sudut pandang yang menguntungkan di antara para pemangku kepentingan maupun publik. Komunikasi korporat merupakan fungsi manajemen yang menawarkan kerja untuk koordinasi yang efektif dari seluruh komunikasi internal dan eksternal dengan tujuan membangun

dan memelihata reputasi yang menguntungkan dengan kelompok pemangku kepentingan yang menjadi ketergantungan perusahaan (*Cornelissen, 2014*) Komunikasi korporat sebagai fungsi manajemen memiliki tanggung jawab dalam mengawasi dan mengkoordinasikan pekerjaan yang dilakukan praktisi komunikasi di berbagai disiplin khusus seperti hubungan masyarakat, media, urusan publik, dan komunikasi internal. Komunikasi korporat terdiri dari penyebaran informasi oleh berbagai generalis dan spesialis pada suatu organisasi dengan tujuan bersama yakni meningkatkan kemampuan organisasi untuk mempertahankan izin usahanya. Dalam keberlangsungannya, komunikasi korporat memiliki strategi kunci utama yakni konsep identitas korporat yang menjadi identitas dasar yang ingin disampaikan dan ingin dikenal seperti apa dalam citra perusahaan dan reputasi di seluruh pemangku kepentingan. Komunikasi korporat memuat bentuk komunikasi yang berbeda – beda sesuai dengan yang ditujukan untuk mempengaruhi audiens tertentu yang memiliki pengaruh terhadap organisasi. Berbagai bentuk komunikasi korporat dilakukan melalui aktivitas komunikasi korporat yang diidentifikasi menjadi tiga, salah satunya ialah penyampaian pesan yang konsisten. Hal ini bersifat penting terkait penyampaian informasi mengenai perusahaan, guna menghindari kesalahpahaman, memberikan kejelasan, dan interaksi (*Argenti, 2021*). Komunikasi korporat berperan pada berbagai aktivitas yang bertujuan memelihata komunikasi dan mempekuat identitas, salah satunya dengan publikasi siaran pers mengenai perusahaan.

Salah satu bentuk implementasi komunikasi korporat yang penting adalah aktivitas publikasi, seperti siaran pers yang berfungsi untuk menyampaikan informasi tentang perusahaan kepada publik dan media massa. Aktivitas ini tidak hanya menjadi sarana untuk memberikan informasi yang akurat dan relevan, tetapi juga sebagai upaya untuk membangun hubungan yang erat dengan media serta menciptakan kepercayaan di mata masyarakat luas. Dalam hal ini, Sinar Mas Land, sebagai salah satu perusahaan terkemuka, secara konsisten melaksanakan aktivitas komunikasi korporat dengan tujuan mempertahankan dan meningkatkan reputasi perusahaan, serta memastikan komunikasi yang efektif dan strategis dengan para pemangku kepentingannya. Dengan strategi komunikasi korporat yang terencana dan

konsisten, Sinar Mas Land tidak hanya mampu menjaga keberlanjutan hubungan dengan pihak-pihak yang berkepentingan, tetapi juga memperkuat posisinya di pasar melalui reputasi yang baik dan citra yang terpercaya.

Sinar Mas Land melakukan aktivitas komunikasi korporat yang bertujuan mempertahankan dan meningkatkan reputasi perusahaan serta memastikan komunikasi yang efektif dengan para pemangku kepentingan. Berikut aktivitas kerja magang yang berkaitan dengan *Corporate Communication*:

1. Perancangan Siaran Pers Sinar Mas Land

Perancangan press release merupakan aktivitas yang rutin dilakukan hampir setiap hari oleh tim komunikasi perusahaan. Tujuan utama dari adanya press release adalah untuk merekap informasi penting yang kemudian akan disebarluaskan kepada publik, guna membangun citra positif perusahaan dan memberikan informasi yang relevan kepada khalayak luas. Proses ini dimulai dengan adanya briefing dari tim Corporate Image Activation, yang menyampaikan unsur-unsur penting dari informasi tersebut berdasarkan pendekatan 5W+1H (What, Who, Where, When, Why, dan How). Dengan pemahaman yang jelas tentang informasi yang akan disampaikan, penulis dapat mulai menyusun press release sesuai dengan format dan kaidah bahasa yang telah ditetapkan oleh Sinar Mas.

Setelah penulisan draft awal selesai, hasil tulisan tersebut tidak langsung dipublikasikan. Sebaliknya, draft tersebut harus melewati tahap review untuk memastikan bahwa semua informasi yang disampaikan akurat dan sesuai dengan standar perusahaan sebelum akhirnya dipublikasikan di website resmi Sinar Mas Land. Proses ini menunjukkan betapa pentingnya ketelitian dalam penyusunan press release, karena kesalahan dalam informasi dapat merugikan citra perusahaan dan menimbulkan kebingungan di kalangan publik.

Dalam menyusun press release, penulis menggunakan metode piramida terbalik seperti yang dijelaskan oleh Wilcox dan Cameron (2020). Metode ini dimulai dengan penulisan informasi paling penting terlebih dahulu, diikuti dengan

argumen-argumen pendukung serta latar belakang isu yang relevan. Di akhir, penulis menambahkan informasi tambahan yang dapat memperkaya pemahaman pembaca mengenai konteks berita tersebut. Struktur ini memungkinkan pembaca untuk segera mendapatkan inti dari berita tanpa harus membaca keseluruhan isi press release. Hal ini sejalan dengan pandangan ahli komunikasi yang menyatakan bahwa penyampaian informasi secara efektif harus mempertimbangkan cara penyajian yang menarik dan mudah dipahami oleh audiens (Broom & Sha, 2014).

Keberadaan press release sangat vital dalam dunia bisnis modern. Menurut Gramedia Literasi (2024), press release tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi untuk memperkenalkan produk atau layanan baru, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun hubungan baik antara perusahaan dan publik. Dengan adanya press release yang terstruktur dengan baik, perusahaan dapat meningkatkan visibilitasnya di mata masyarakat serta mengelola reputasi dengan lebih efektif. Selain itu, penggunaan media sosial dan platform online lainnya semakin mempermudah penyebaran informasi kepada audiens yang lebih luas.

Secara keseluruhan, proses perancangan *press release* di Sinar Mas Land mencerminkan komitmen perusahaan dalam menjaga komunikasi yang transparan dan efektif dengan publik. Melalui pendekatan sistematis dalam penyusunan konten serta perhatian terhadap detail dalam setiap tahap proses, Sinar Mas Land berusaha untuk memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan tidak hanya akurat tetapi juga menarik bagi pembaca. Ini adalah langkah penting dalam membangun citra positif dan menjaga kepercayaan publik terhadap perusahaan di era informasi saat ini.

Dalam perancangan penyusunan press release, penulis menerima arahan dan bimbingan mengenai penyusunan press release oleh mas Anggun Wicaksono Budinugroho. Salah satunya penulisan siaran pers mengenai perhargaan yang diperoleh Sinar Mas Land dalam EBTKE Award 2024 yang merupakan penghargaan apresiasi dari pemerintah terhadap pihak – pihak yang telah berkontribusi dalam perkembangan energi terbarukan dan konservasi energi. Perancangan penulisan dimulai dengan membuat 5W + 1H dari informasi mengenai

EBTKE Award 2024. Penulis menyusun 5W + 1H dimulai dari informasi seputar EBTKE Award, kemudian informasi mengenai siapa saja yang terlibat dalam acara penghargaan tersebut dan kapan serta dimana acara penghargaan tersebut diadakan. Dilanjutkan dengan informasi mengenai tujuan penyelenggaraan award tersebut dan bagaimana penghargaan tersebut dapat diraih oleh Sinar Mas Land. Dari informasi yang dikumpulkan dalam 5W + 1H, penulis menyusun informasi – informasi tersebut dituangkan dalam siaran pers menggunakan metode piramida terbalik. Penulis kemudian mengirimkan hasil perancangan siaran pers tersebut kepada pembimbing lapangan yakni mas Anggun Wicaksono Budinugroho untuk ditinjau kembali apakah sudah sesuai atau ada yang perlu ditambahkan.



5W+1H

“EBTKE Award 2024”

What	<p>Tentang Award Direktorat Jenderal Energi Baru Terbarukan dan Konservasi Energi (EBTKE) Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) memberikan apresiasi kepada 157 stakeholder yang telah berkontribusi dalam pengembangan energi baru terbarukan dan konservasi energi (EBTKE).</p> <p>Sebaran Peserta PEEN & PAEBT 2024: Terdapat 157 stakeholder Terima Penerima EBTKE Award dengan rincian sebagai berikut</p> <ul style="list-style-type: none">- 22 penerima penghargaan Bidang Panas Bumi- 28 penerima penghargaan Bidang Bioenergi- 27 penerima penghargaan Bidang Aneka Energi Baru dan Energi Terbarukan (EBT)- 3 penerima penghargaan Bidang Infrasturktur EBT- 77 penerima penghargaan Bidang Efisiensi Energi
Who	Dalam seremonial penganugerahan, penghargaan PEEN & PAEBT 2024 untuk Sinar Mas Land (PT Bumi Serpong Damai, Tbk) diterima langsung oleh: <ul style="list-style-type: none">- Adhityo Galih Priyambodo (Vice President Corporate Social Responsibility dan Green Initiative Sinar Mas Land)- Sessario Bayu Mangkara (Assistance Vice President Green Initiative Sinar Mas Land)- Toni Hartono (Building Maintenance & Improvement Section Head)
When	Diselenggarakan pada Selasa, 17 Desember 2024
Where	Diselenggarakan di Hotel Mulia, Senayan, Jakarta Pusat
Why	<p>Tentang Penyelenggara & Tujuan Diadakan Award</p> <p>Penghargaan EBTKE Award, ini merupakan apresiasi dari Pemerintah kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam perkembangan energi baru terbarukan dan konservasi energi.</p>
How	<p>Tentang Penghargaan yang Didapatkan Sinar Mas Land Pada tahun 2024, Green Initiative Sinar Mas Land total mendapatkan 3 Penghargaan untuk 3 Kategori EBTKE berikut:</p> <p>Bidang Efisiensi Energi</p> <ul style="list-style-type: none">- Qbig BSD City, Juara 1 sebagai Gedung Hijau- Mal Ambasador, Juara 3 sebagai Gedung Retrofit <p>Bidang Aneka Energi Baru dan Energi Terbarukan</p> <ul style="list-style-type: none">- Qbig BSD City, peringkat Madya

Gambar 3.2.1 Perancangan Press Release

Sumber: dok. pribadi penulis

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Press Release**Sinar Mas Land Raih Tiga Penghargaan di EBTKE Award 2024**

BSD City, XX XX XXXX – Sinar Mas Land kembali menorehkan prestasi gemilang dalam ajang **EBTKE Award 2024** yang diselenggarakan pada Selasa, 17 Desember 2024, di Hotel Mulia Senayan, Jakarta Pusat. Kali ini, Sinar Mas Land berhasil meraih tiga penghargaan, yaitu Juara 1 untuk Gedung Hijau di QBig BSD City, Juara 3 untuk Gedung Retrofit di Mal Ambassador pada kategori Efisiensi Energi, serta peringkat Madya untuk QBig BSD City pada kategori Aneka Energi Baru dan Energi Terbarukan. Dalam seremonial penganugerahan tersebut, penghargaan PEEN & PAEBTKE 2024 untuk Sinar Mas Land (PT Bumi Serpong Damai Tbk) diterima langsung oleh Adhityo Galih Priyambodo (Vice President Corporate Social Responsibility dan Green Initiative Sinar Mas Land), Sessario Bayu Mangkara (Assistant Vice President Green Initiative Sinar Mas Land), dan Toni Hartono (Building Maintenance & Improvement Section Head).

EBTKE Award merupakan ajang penghargaan bergengsi yang diselenggarakan oleh Direktorat Jenderal Energi Baru Terbarukan dan Konservasi Energi (EBTKE) Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) untuk memberikan apresiasi kepada para stakeholder yang telah berkontribusi signifikan dalam pengembangan energi baru terbarukan dan konservasi energi di Indonesia. Pada tahun ini, sebanyak 157 pihak menerima penghargaan atas peran aktif mereka dalam mendukung inovasi dan implementasi solusi energi berkelanjutan. Acara ini menjadi wadah penting bagi pemerintah untuk mengakui kontribusi berbagai pihak dalam menciptakan ekosistem energi yang lebih efisien, ramah lingkungan, dan berkelanjutan, sekaligus mendorong semangat kolaborasi untuk masa depan energi yang lebih baik.

Managing Director President Office Sinar Mas Land - Dony Martadisata, mengatakan, "Penghargaan EBTKE Award ini merupakan sebuah kehormatan besar bagi kami di Sinar Mas Land. Kami sangat berterima kasih kepada pemerintah, khususnya Direktorat Jenderal EBTKE Kementerian ESDM, atas apresiasi ini. Pengakuan sebagai Juara 1 untuk Gedung Hijau di QBig BSD City, Juara 3 untuk Gedung Retrofit di Mal Ambassador, dan peringkat Madya untuk kategori Aneka Energi Baru dan Energi Terbarukan adalah bukti nyata komitmen kami dalam mendukung pengembangan energi baru terbarukan dan efisiensi energi di Indonesia. Penghargaan ini akan menjadi motivasi bagi kami untuk terus berinovasi dan memberikan kontribusi terbaik demi masa depan yang lebih hijau dan berkelanjutan."

Tentang QBig BSD City

QBig BSD City meraih penghargaan Juara 1 untuk Gedung Hijau pada kategori Efisiensi Energi dan juga Juara 3 pada kategori Aneka Energi Baru dan Energi Terbarukan. hal ini difaktori dari Konsep yang diterapkan melalui dominasi area terbuka hijau untuk mendukung mikroklim, desain arsitektur hemat energi, serta penggunaan energi terbarukan seperti panel surya yang memenuhi 22,3% kebutuhan listrik. Qbig BSD City adalah kompleks ritel urban seluas 18,5 hektare yang menjadi pusat ritel power center pertama di Indonesia dengan konsep nearly zero energy building. Selain itu, QBig juga mengurangi penggunaan energi fosil dengan mengoperasikan kendaraan listrik di dalam kawasan.

Gambar 3.2.2 Press Release Sinar Mas Land

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Sumber: dok. pribadi penulis

Selain Press Release Award, banyak rangkaian press release lainnya, seperti Grand Opening pusat pemberlanjaan, Opening cluster dan ruko ruko terbaru.

Seperti berikut merupakan laporan press release yang saya buat sebagai pemagang mengenai cluster terbaru Sinar Mas Land:



Press Release

Sinar Mas Land and MCL Land to Develop Nava Grove, the Latest Exclusive Property in Singapore

Singapore, XX October 2024 – Sinar Mas Land and MCL Land proudly announced their latest residential project, Nava Grove (宁芳苑), a private residential condominium nestled in the heart of the exclusive Pine Grove enclave, Singapore. The project occupies a site spanning of approximately 25.000 m², Nava Grove features 552 residential units spread across three 24-storey towers, offering five unit types 57.9 m², 87.9 m², 124 m², 136 m², and 159.9 m². All units will be offered at varying prices based on type and size.

With extensive experience in developing independent cities like BSD City and several township areas in Indonesia, such as Kota Deltamas, Grand Wisata Bekasi, Kota Wisata Cibubur, Grand City Balikpapan, Nuvasa Bay Batam, and Wisata Bukit Mas Surabaya, Sinar Mas Land is committed to providing comfortable and high-quality housing with strong investment value. The presence of Nava Grove is also expected to strengthen the position of Sinar Mas Land and MCL Land as key players in Asia's property industry, while contributing positively to the development of exclusive residential areas and enriching the property landscape in Singapore.

John Simpkins, CEO MCL Land explained, “MCL Land is delighted to partner with Sinar Mas Land to create Nava Grove, as known the successful track record of both entities with the NavaPark development in Indonesia, which delivered luxurious residences in harmony with life. By leveraging Sinar Mas Land’s expertise in innovative and sustainable development, along with our commitment to high-quality housing, we are excited to set a new standard in blending modern residential comfort with natural harmony.”

Margaretha Widjaja, Sinar Mas Land’s Executive Director and Vice-Chairman of Sinar Mas Land Indonesia Division said, “Nava Grove is more than a home – it is a sanctuary where residents can reconnect with nature, enjoy modern comforts and nurture their families in a serene, tranquil environment. We are excited to work with MCL Land to deliver our vision of high quality residential and set new benchmarks of living in Singapore. This partnership with MCL Land opens opportunities for Sinar Mas Land to expand our international footprint in developing innovative property projects in the global market.”

Gambar 3.2.3 Press Release Sinar Mas Land

Sumber: dok. pribadi penulis

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Seperti pada gambar diatas, bisa dikatakan bahwa pembaca dari press release tersebut bukan hanya dari Indonesia saja akan tetapi dari Singapore, itulah mengapa saya juga membuat copy dari Press release tersebut menjadi Bahasa Inggris.

Dengan pembelajaran dan juga *leadership* dari Mas Anggun dan Mas Billy, membuat saya mampu belajar banyak dan dapat meng aplikasikan tentang apa yang telah saya pelajari di perkuliahan mengenai Writing For Pr , dengan dunia kerja.

B. Event Management

Event merupakan sebuah kegiatan yang dilaksanakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu maupun kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama, yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat (Any Noor, 2014). Secara umum, event menjadi bagian integral dalam berbagai aktivitas komunikasi, termasuk dalam lingkup komunikasi korporat. Acara dapat dilakukan secara non-formal maupun formal, salah satunya adalah acara korporat. Acara korporat merupakan salah satu metode yang sering digunakan dalam hubungan masyarakat (public relations) sebagai bagian dari komunikasi korporat untuk menciptakan dan memelihara hubungan positif dengan pemangku kepentingan. Seperti yang diungkapkan oleh Getz (2014), event dalam konteks korporat tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi alat strategis untuk memperkuat hubungan dengan publik serta mencapai tujuan komunikasi yang lebih luas.

Manajemen acara menjadi elemen penting dalam pelaksanaan acara korporat. Hubungan masyarakat (PR) sebagai bagian dari komunikasi korporat melibatkan berbagai kegiatan, termasuk manajemen acara dan hubungan investor. PR menggunakan berbagai metode komunikasi untuk menjangkau pemangku kepentingan dengan tujuan meningkatkan visibilitas perusahaan, memperkuat citra positif, dan membangun kredibilitas. Menurut Tench dan Yeomans (2014),

kegiatan hubungan masyarakat yang efektif dapat meningkatkan reputasi organisasi di mata publik, termasuk di kalangan karyawan, investor, dan komunitas sekitar. Dalam konteks ini, manajemen acara menjadi instrumen penting yang membantu organisasi dalam membangun kredibilitas mengenai kinerja strategis perusahaan. Melalui pelaksanaan acara yang baik, organisasi dapat menunjukkan visibilitas dan kapabilitasnya, yang pada akhirnya memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan.

Proses manajemen acara terdiri dari beberapa tahapan yang bertujuan untuk memastikan kesuksesan acara tersebut. Seperti yang dijelaskan dalam buku *Event Management: An Introduction* (2014), proses manajemen acara diawali dengan perencanaan strategis mengenai tujuan dan sasaran acara. Langkah ini penting untuk memastikan bahwa setiap kegiatan dalam acara selaras dengan visi dan misi organisasi. Setelah itu, perencanaan taktis melibatkan berbagai aspek teknis, seperti penjadwalan acara, pemilihan lokasi, koordinasi logistik, serta penyusunan rencana kerja yang detail. Tahapan berikutnya adalah pelaksanaan acara, yang menuntut eksekusi yang tepat waktu dan sesuai rencana. Terakhir, evaluasi acara dilakukan untuk menilai keberhasilan kegiatan berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan sebelumnya, serta untuk mengambil pelajaran berharga guna perbaikan di masa depan (Shone & Parry, 2019).

Salah satu contoh penerapan manajemen acara yang baik dapat dilihat dari event yang diadakan oleh Sinar Mas. Perusahaan ini menyelenggarakan berbagai jenis acara, seperti private event, acara yang melibatkan para pemangku kepentingan (stakeholders), hingga kegiatan edukatif seperti mengundang kampus-kampus untuk melakukan studi tour. Melalui acara-acara ini, Sinar Mas tidak hanya meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan, tetapi juga memperkuat visibilitasnya di mata masyarakat. Sebagaimana diungkapkan oleh Allen et al. (2014), event yang dirancang dengan baik dapat menjadi platform untuk memperkuat citra positif perusahaan, membangun jaringan, dan menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial. Dengan demikian, manajemen acara

tidak hanya berkontribusi pada keberhasilan individu acara, tetapi juga pada keberhasilan strategis perusahaan secara keseluruhan.

Berikut aktivitas kerja magang yang berkaitan dengan *Event Management*:

1. Menjadi *runner* dalam acara Company Visit Sinar Mas Land

Company Visit Sinar Mas Land merupakan kegiatan yang diadakan oleh divisi Public Relations yang mengundang pemangku kepentingan eksternal seperti para investor ataupun pihak eksternal lainnya. Sinar Mas Land mengundang pihak eksternal dalam company visit guna memperkenalkan mengenai Sinar Mas Land secara keseluruhan. Dalam Company Visit, Sinar Mas Land memberikan informasi materi mengenai perusahaan dan mengajak pihak eksternal untuk company tour.

Company Visit yang kerap kali diadakan oleh Sinar Mas Land ialah mengundang universitas – universitas ternama untuk mengunjungi Sinar Mas Land. Salah satunya, Sinar Mas Land mengundang Universitas Padjajaran. Kedatangan Universitas Padjajaran di Sinar Mas Land menjadi sebuah kesempatan bagi Perusahaan untuk memperkenalkan Sinar Mas Land kepada pihak eksternal. Dalam hal ini, penulis berperan sebagai runner dalam acara Company Visit Universitas Padjajaran.

Dalam Company Visit Sinar Mas Land yang mengundang Universitas Padjajaran, penulis berperan dalam membantu kelangsungan acara Company Visit tersebut. Penulis berperan sebagai runner dalam acara Company Visit Universitas Padjajaran. Runner merupakan individu yang bertanggung jawab dalam tugas logistik maupun operasional selama acara berlangsung, berfungsi sebagai penghubung antara berbagai tim dan memastikan seluruh komponen acara berlangsung sesuai rencana (Siagawati, 2023). Penulis menerima arahan dan bimbingan mengenai peran runner dalam acara Company Visit oleh Mas Billy Kurnia selaku perwakilan dari tim Corporate Image Activation. Penulis memiliki tugas untuk mempersiapkan dan menyediakan kebutuhan sebelum acara berlangsung serta mempersiapkan hal – hal yang diperlukan oleh pembawa acara

dan narasumber. Hal ini dilakukan guna menghindari kemungkinan kesalahan selama acara berlangsung dan efisiensi waktu.

Selain berperan sebagai runner, penulis juga berperan sebagai usher dan tim dokumentasi dalam acara Company Visit tersebut. Dengan itu, para tamu undangan dan juga crew mampu menjalani acara dengan ter-organisir dan juga memudahkan tim PR untuk menulis Press Release dikarenakan adanya foto dan video dokumentasi.



Gambar 3.2.4 Dokumentasi Acara Company Visit

Sumber: dok. pribadi penulis

2. Menjadi *runner* dalam acara Green Initiatives Talk 2024

Green Initiatives Talk 2024 merupakan bagian dari program Green Habit Sinar Mas Land yang telah diinisiasi sejak 2017 guna meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat BSD City dan seluruh karyawan mengenai isu – isu lingkungan serta mendorong gerakan gaya hidup yang ramah lingkungan di kehidupan sehari – hari. Pada tahun ini, Sinar Mas Land mengadakan acara Green Initiatives Talk 2024 dengan mengundang Valeri Krasnadewi dan Veronika Krasnasari sebagai Model dan Founder'Sustainbabes, Olivia Anastasia Padang selaku Founder dan Direktur Bali Waste Cycle, A.G. Priyambodo selaku Vice President of CSR & Green Initiative Sinar Mas Land. Melalui acara ini, para narasumber membagikan informasi dan pengetahuan mengenai pengenalan gaya hidup yang ramah lingkungan, inovasi pengelolaan sampah, dan peran pengembangan untuk ikut serta menghadirkan ekosistem yang berkelanjutan.

Dalam acara Green Initiative Talk 2024, penulis berperan sebagai tim dokumentasi dengan dibimbing dan diarahkan oleh Mas Alfred Sudartanto dari tim Production. Penulis melakukan pengambilan foto dan video selama acara Green Initiatives Talk 2024 berlangsung. Dokumentasi tersebut digunakan sebagai arsip visual acara dan membantu memastikan acara Green Initiatives Talk 2024 berlangsung dengan lancar dan terorganisir dengan baik. Dokumentasi selama acara berlangsung, menjadi data bagi tim Public Relations dalam menyusun siaran pers yang akurat dan memastikan publikasi acara melalui berbagai platform media sosial. Kemudian, hasil dokumentasi tersebut diberikan kepada Mas Alfred Sudartanto.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.2.5 Dokumentasi Green Initiative Talk 2024

Sumber: dok. pribadi penuli

3. Menjadi *runner* dalam acara Media Gathering

Media Gathering merupakan salah satu strategi untuk menjalin dan memelihara hubungan yang baik dengan media. Hal ini sejalan dengan aktivitas hubungan masyarakat dalam ranah *media relations*. Media Gathering merupakan acara yang mengundang media massa untuk memelihara hubungan antara perusahaan dan media. Sinar Mas Land dalam upaya memelihara hubungan yang baik dengan media melangsungkan Media Gathering yang mengundang media massa yang berdomisili di Kawasan Tangerang.

Dalam hal ini, penulis menerima arahan dan bimbingan dari seluruh tim Public Relations yakni Mas Anggun Wicaksono, Mas Billy Kurnia, Mas Fajar, Mas Alfred Sudartanto, Mba Anisa Gita Putri, dan Mba Quinta, dan Mas Winarso Nugroho. Penulis berperan dalam tim dokumentasi untuk memotret dan merekam momen – momen penting selama Media Gathering berlangsung. Selain sebagai dokumentasi, penulis juga diberi arahan untuk berperan sebagai proyektor selama acara berlangsung. Penulis memastikan seluruh penyajian materi presentasi berjalan dengan lancar dan tepat, hal ini mendukung efektivitas penyampaian dan pesan yang ingin disampaikan oleh narasumber. Kemudian hasil dokumentasi menjadi data visual bagi tim Public Relations untuk menyusun siaran pers yang informatif dan mendukung publikasi acara secara optimal melalui platform – platform media social. Kemudian, penulis memberikan hasil dokumentasi – dokumentasi kepada tim Public Relations sebagai arsip visual untuk siaran pers dan publikasi.



UNIVERSITAS
MEDIA
NUSANTARA



UWIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 3.2.6 Dokumentasi Media Gathering

Sumber: dok. pribadi penulis

C. Social Media

Penggunaan media sosial dalam komunikasi korporat telah menjadi aspek penting dalam strategi komunikasi yang modern. Media sosial memberikan sarana bagi perusahaan untuk berkomunikasi secara langsung dengan pemangku kepentingan, termasuk publik, yang dapat membangun kepercayaan dan memberikan transparansi yang dinilai penting untuk reputasi perusahaan (Cornelissen, 2014). Media sosial juga menjadi platform strategis bagi perusahaan untuk menyebarkan informasi terkait layanan, produk, dan inisiatif perusahaan. Penggunaan media sosial dalam aktivitas komunikasi korporat, khususnya dalam hubungan masyarakat, dapat digunakan sebagai alat branding perusahaan yang memungkinkan perusahaan untuk memperkuat merek melalui konten yang menarik serta interaksi langsung dengan pengguna. Hal ini, menurut Kaplan dan Haenlein (2016), tidak hanya meningkatkan visibilitas merek, tetapi juga membantu perusahaan membangun koneksi emosional dengan target audiensnya, yang sangat penting dalam memperkuat loyalitas pelanggan.

Selain itu, media sosial telah menjadi alat utama dalam membangun keterlibatan publik dan menciptakan komunitas digital yang mendukung tujuan perusahaan. Menurut Tuten dan Solomon (2017), penggunaan media sosial dalam komunikasi korporat memungkinkan perusahaan untuk secara efektif menyesuaikan pesan dan strategi komunikasi mereka dengan kebutuhan serta preferensi audiens yang beragam. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi saluran komunikasi satu arah, tetapi juga menjadi platform untuk dialog interaktif yang memperkuat hubungan perusahaan dengan publik.

Aktivitas komunikasi korporat dalam hubungan masyarakat yang dilakukan penulis ialah *content creation* dan desain. Menurut Huotari (2015), *content creation* adalah kegiatan strategis yang melibatkan proses produksi dan distribusi informasi dalam berbagai format, seperti gambar, video, dan tulisan, untuk disebarluaskan melalui berbagai platform, khususnya media sosial. Hal ini sejalan dengan pandangan Pulizzi (2019), yang menyatakan bahwa konten yang menarik dan relevan tidak hanya meningkatkan keterlibatan audiens tetapi juga membantu perusahaan membangun otoritas dalam industri tertentu. Oleh karena itu, *content creation* menjadi elemen penting dalam membentuk persepsi publik terhadap merek perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan reputasi dan citra korporat secara keseluruhan.

Berikut aktivitas kerja magang yang berkaitan dengan *Social Media*:

1. Membuat dokumen dan konten terkait Green Initiatives Talk 2024

Green Initiatives Talk 2024 merupakan bagian dari program Green Habit Sinar Mas Land yang telah diinisiasi sejak 2017 guna meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat BSD City dan seluruh karyawan mengenai isu – isu lingkungan serta mendorong gerakan gaya hidup yang ramah lingkungan di kehidupan sehari – hari.

Selain berperan sebagai runner, penulis juga memperoleh arahan dan bimbingan dari Mas Winarso Nugroho selaku tim produksi untuk berperan sebagai dokumentasi selama acara berlangsung. Acara *Green Initiatives Talk* sendiri merupakan acara yang dibuat oleh Sinar Mas dalam mengedepankan keberlanjutan dan juga lingkungan hijau yang telah dibangun Sinar Mas Land. Penulis melakukan dokumentasi dalam bentuk foto dan video selama acara berlangsung, penulis juga berkesempatan untuk melakukan wawancara dengan narasumber dari *Green Initiatives Talk* 2024 yakni Valeri Krasnadewi dan Veronika Krasnasari sebagai Model dan Founder'Sustainbabes. Hasil video wawancara tersebut kemudian penulis jadikan dalam video konten yang nantinya akan dipublikasikan ke sosial media @lifeatsinarmasland. Kemudian, penulis melakukan *Content Editing*,

menggunakan perangkat *Cap Cut*, selama proses melakukan *Editing*, penulis dibantu dengan tim dari *Production*, hal ini memudahkan penulis untuk belajar dan juga memahami struktur konten yang akan di publikasikan ke sosial media @lifeatsinarmasland. Kemudian, hasil video konten publikasi penulis mengirimkan kepada Mas Winarso Nugroho untuk ditinjau kembali apakah video tersebut sudah tepat atau ada yang perlu ditambahkan.



Gambar 3.2.7 Konten Publikasi Green Initiatives Day 2024

Sumber: dok. pribadi penulis

2. Membuat dokumen dan konten terkait Sinar Mas Digital Day 2024

Sinar Mas Digital Day merupakan salah satu acara bergengsi yang dilaksanakan secara rutin oleh Sinar Mas Land setiap tahun, dengan tujuan utama untuk mempertemukan, memperkenalkan, dan memperkuat ekosistem digital dari semua pilar usaha yang dimiliki oleh Sinar Mas. Acara ini dirancang sebagai platform strategis bagi karyawan di berbagai divisi untuk berkolaborasi, berbagi wawasan, dan mendalami tren digital terkini yang relevan dengan industri mereka. Lebih dari sekadar pertemuan, Sinar Mas Digital Day menjadi katalisator untuk mempercepat inovasi dan transformasi digital dalam masing-masing pilar bisnis, dengan harapan dapat mendorong pertumbuhan yang lebih adaptif dan berdaya saing tinggi di era digitalisasi global.

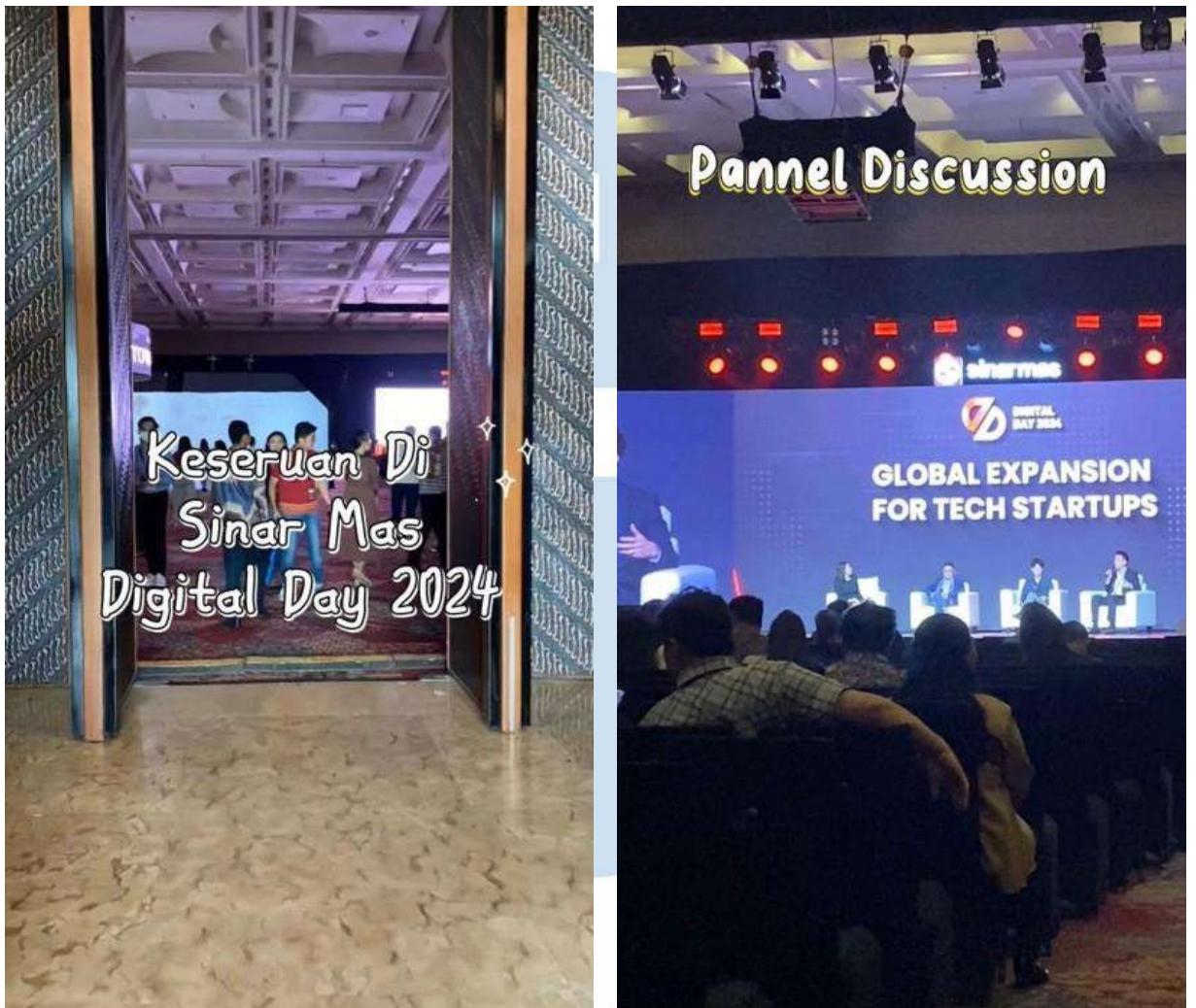
Dalam pelaksanaan acara ini, penulis mendapatkan tanggung jawab penting sebagai anggota tim dokumentasi yang berperan dalam mendokumentasikan seluruh rangkaian kegiatan selama Sinar Mas Digital Day 2024 berlangsung. Penulis bekerja di bawah arahan dan bimbingan langsung dari Mas Winarso Nugroho, seorang profesional yang berpengalaman dalam pengelolaan dokumentasi dan publikasi. Sebagai bagian dari tim dokumentasi, tugas penulis meliputi pengambilan gambar dan video dari berbagai momen penting selama acara, mulai dari sesi pembukaan, diskusi panel, hingga kolaborasi antar tim. Seluruh hasil dokumentasi ini kemudian diolah menjadi konten publikasi yang menarik dan informatif, sesuai dengan kebutuhan media sosial perusahaan.

Penulis menggunakan aplikasi CapCut untuk melakukan proses editing konten, di mana aplikasi ini memungkinkan penulis untuk mengintegrasikan elemen-elemen visual dan audio yang mendukung narasi acara secara optimal. Dalam proses editing, penulis bekerja sama secara erat dengan tim produksi untuk memastikan bahwa struktur konten yang dibuat tidak hanya relevan, tetapi juga sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan oleh Sinar Mas Land. Kerja sama ini juga membantu penulis memahami bagaimana menyusun konten yang tepat sasaran untuk audiens media sosial, khususnya bagi akun resmi perusahaan, seperti @lifeatsinarmasland.

Selain itu, sebagai bagian dari alur kerja, hasil video publikasi yang telah selesai diedit oleh penulis kemudian dikirimkan kepada Mas Winarso Nugroho untuk ditinjau kembali. Proses review ini bertujuan untuk memastikan bahwa video yang dihasilkan telah sesuai dengan visi dan misi acara, serta memberikan kesan profesional yang merepresentasikan nilai-nilai Sinar Mas Land. Jika terdapat revisi atau tambahan yang perlu dilakukan, penulis dengan sigap menyesuaikan sesuai dengan masukan yang diberikan, sehingga video akhir yang dipublikasikan dapat memberikan dampak positif bagi citra perusahaan di mata karyawan dan publik.

Sebagai acara internal yang diadakan setahun sekali, Sinar Mas Digital Day tidak hanya menjadi momen penting untuk menyoroti perkembangan teknologi digital yang diusung oleh perusahaan, tetapi juga mencerminkan komitmen Sinar Mas Land dalam menciptakan lingkungan kerja yang inovatif, kolaboratif, dan berorientasi pada masa depan. Melalui peran penulis sebagai tim dokumentasi, pengalaman yang diperoleh tidak hanya memberikan wawasan baru dalam dunia media dan publikasi, tetapi juga memperkuat kemampuan penulis dalam mendukung aktivitas komunikasi korporat yang relevan dengan tren digitalisasi modern.





Gambar 3.2.8 Konten Publikasi Sinar Mas Digital Day 2024

Sumber: dok. pribadi penulis

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

D. Media Relations

Media menjadi sarana bagi hubungan masyarakat dalam menjalankan perannya melalui komunikasi dengan media. Hal tersebut dikenal sebagai media relations atau hubungan pers yang merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan seseorang yang berprofesi humas pada suatu organisasi guna membangun relasi yang baik dengan media massa dan masyarakat. Menurut Johnston (2020),

hubungan media dengan organisasi bertujuan membangun komunikasi yang saling menguntungkan, hal ini mencakup penyampaian informasi yang relevan dan akurat kepada media untuk memperoleh publikasi yang positif dan meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Hubungan media memiliki berbagai aktivitas dan bentuk yang dirancang untuk memberikan informasi kepada media maupun public untuk menciptakan kesadaran, kepercayaan, dan niat baik yang mengarah pada pembelian komunikasi positif dari publik kepada perusahaan. Dalam menjalin hubungan dengan media, perusahaan memerlukan strategi untuk mempertahankan hubungan tersebut guna memperoleh hubungan yang baik dan berkelanjutan.

Senada dengan itu, Wilcox et al. (2015) menyebutkan bahwa media relations merupakan salah satu komponen penting dalam strategi komunikasi publik yang bertujuan untuk menjembatani kepentingan perusahaan dengan kebutuhan informasi dari media massa. Melalui hubungan yang baik dengan media, perusahaan dapat menciptakan kesadaran, meningkatkan kepercayaan, serta membangun goodwill yang pada akhirnya mengarahkan pada pembentukan opini positif masyarakat terhadap perusahaan.

Hubungan media memiliki berbagai aktivitas dan bentuk yang dirancang untuk memberikan informasi secara terencana kepada media dan publik, dengan tujuan menciptakan kesadaran, kepercayaan, dan niat baik yang mengarah pada komunikasi positif dari publik kepada perusahaan. Sebagai contoh, Smith (2021) menekankan bahwa keberhasilan media relations tidak hanya bergantung pada frekuensi komunikasi, tetapi juga pada kemampuan humas untuk memahami kebutuhan media, menyampaikan informasi yang berkualitas, dan membangun hubungan yang berbasis pada kepercayaan serta profesionalisme.

Dalam menjalin hubungan dengan media, perusahaan memerlukan strategi yang terstruktur dan berorientasi pada keberlanjutan guna mempertahankan hubungan yang baik dan berkelanjutan. Grunig dan Grunig (2020) menyatakan bahwa pendekatan proaktif dalam media relations, seperti menyediakan akses yang mudah bagi media untuk mendapatkan informasi, merespons kebutuhan media dengan cepat, dan membangun kepercayaan jangka panjang, adalah langkah-langkah krusial untuk memastikan hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan antara perusahaan dan media massa. langkah krusial untuk memastikan hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan antara perusahaan dan media massa

Berikut aktivitas kerja magang yang berkaitan dengan Media Relations:

1. Media Monitoring and Media Clipping

Dalam melakukan pendataan terkait media yang meliputi Sinar mas Land, diperlukan yang Namanya Media Monitoring dan Media Clipping. Media monitoring adalah proses sistematis dalam mengumpulkan, menganalisis, dan mengevaluasi informasi yang berkaitan dengan suatu organisasi, individu, atau topik tertentu dari berbagai platform media, baik itu media cetak, digital, elektronik, maupun media sosial. Tujuan utama dari media monitoring adalah untuk mengidentifikasi tren, sentimen, dan isu-isu yang relevan yang dapat memengaruhi reputasi, citra, atau strategi komunikasi suatu pihak. Proses ini biasanya melibatkan penggunaan teknologi seperti perangkat lunak analitik, keyword tracking, dan sentiment analysis untuk menyaring dan menyajikan data yang dapat diolah menjadi insight yang berguna. Dalam implementasinya, media monitoring membantu organisasi untuk mengetahui bagaimana merek atau pesan mereka diterima oleh publik, menganalisis aktivitas kompetitor, serta memahami persepsi konsumen terhadap suatu produk atau layanan.

Hasil dari media monitoring sering digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan strategis dalam public relations, manajemen krisis, dan pemasaran. Dengan pemantauan media yang efektif, organisasi dapat merespons isu dengan lebih cepat, memanfaatkan peluang komunikasi, dan menjaga hubungan yang baik dengan stakeholder. *Media Clipping* dilain sisi adalah proses pengumpulan atau pengarsipan berbagai pemberitaan, artikel, atau konten yang muncul di media massa, baik itu media cetak, elektronik, maupun digital, yang relevan dengan suatu organisasi, individu, atau topik tertentu. Proses ini bertujuan untuk mendokumentasikan informasi yang telah dipublikasikan di media sebagai bahan evaluasi, pelaporan, atau referensi untuk analisis lebih lanjut.

Hasil dari media clipping biasanya berupa kumpulan artikel, berita, atau kutipan media yang disusun secara sistematis berdasarkan tanggal, media, atau topik tertentu. Media clipping sering digunakan dalam kegiatan public relations untuk menilai efektivitas strategi komunikasi, mengukur eksposur media yang didapatkan, serta memantau persepsi publik terhadap isu tertentu. Selain itu, media clipping juga berguna dalam membandingkan posisi suatu organisasi dengan kompetitor atau mengidentifikasi tren dalam pemberitaan. Dengan kemajuan teknologi, *media clipping* kini dapat dilakukan secara otomatis menggunakan perangkat lunak khusus yang memungkinkan pengumpulan dan pengelompokan data secara cepat, baik dari media tradisional maupun media online, sehingga mempermudah proses analisis dan pelaporan.

Dalam hal ini, penulis biasanya ditugaskan oleh Mas Fajar dan Mas Ivan untuk mendata media yang meliputi Sinar Mas Land, untuk *Media Monitoring* penulis biasanya memasukan nama medianya, link beritanya, dan juga penanggalannya dan pengklasifikasian dari jenis beritanya. Kemudian dari data serta laporan yang sudah saya kumpulkan dalam Excel, saya berikan kepada Mas Fajar untuk di cek Kembali.

Sama halnya dengan Media Monitoring, Media Clipping, saya ditugas kan oleh Mas Fajar dan Mas Ivan, untuk mengumpulkan bukti dalam bentuk foto Screenshot dari media yang sudah saya kumpulkan dalam *media monitoring* di Excel. Hal ini diperlukan untuk memastikan bahwa apa yang telah saya kerjakan di media monitoring sesuai dan *legit*.

1	Pemr. Starmas Aluska/Syurah Dalamatur, Langkah Projek Besar	Kelompok.com	Nasional	1	www.kelompok.com/share/produk/produk.html	Hilmi Alexander
2	Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti	Astarianline.com	Nasional	1	www.astarianline.com/produk/produk.html	Ridwan S. Ahsan
3	Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis yang Bukan Cigading	Uptardan.com	Nasional	1	www.upwardan.com/produk/produk.html	Pitara Ratnawulan
4	Aluska IDPM, Perusahaan Properti dan Land Development, Cigading, Negara Bogor	Kontan.co.id	Nasional	1	www.kontan.co.id/produk/produk.html	Putra Nugraha
5	Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis yang Bukan Cigading	Propertiplus.com	Nasional	1	www.propertiplus.com/produk/produk.html	Sugeng Agustina
6	Surabaya Cipta, Pengembang Properti Dalamatur	Kontan.co.id	Nasional	1	www.kontan.co.id/produk/produk.html	Pratama Suryana
7	Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis yang Bukan Cigading	Kontan.co.id	Nasional	1	www.kontan.co.id/produk/produk.html	Septian Agustina
8	Pertama Properti Strategis, Star May Land/Bintang Aluska Syurah Dalamatur	Perseroan.com	Nasional	2	www.perseroan.com/produk/produk.html	Agustina Muliadi
9	Star May Land Aluska/Syurah Induk, Syurah Langkah Projek Besar	Indonesiaweb.com	Nasional	2	www.indonesiaweb.com/produk/produk.html	Kholid Aliqsi Pertiwi
10	Aluska Dalamatur Syurah, Star May Land Aluska/Syurah Langkah Projek Besar	Republik.id	Nasional	2	www.republik.id/produk/produk.html	Pediasia
11	Teknologi Pengembangan Rencana Gaji (Sif Estate), Harvest Cigayan Royal Tipe, Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis yang Bukan Cigading	Indonesiaonline.id	Nasional	2	www.indonesiaonline.id/produk/produk.html	Zulfikar
12	Plaza Aluska Syurah Dalamatur, Star May Land Sekarang Mengintip di Bawah Gunung Salaknya	Theexpresions.com	Nasional	2	www.theexpresions.com/produk/produk.html	Pediasia
13	Pertama Properti Strategis, Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis yang Bukan Cigading	Indostar.com	Nasional	2	www.indostar.com/produk/produk.html	Pediasia
14	Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis, Pertama Properti Strategis	Eights.com	Nasional	2	www.eights.com/produk/produk.html	Pediasia
15	Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis, Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis yang Bukan Cigading	Foptimums.com	Nasional	2	www.foptimums.com/produk/produk.html	Achmad Heryanto
16	Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis	Uturnews.com	Nasional	2	www.uturnews.com/produk/produk.html	Hengky Sugiharto
17	Pertama Properti Strategis, Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis yang Bukan Cigading, Harvest Cigayan Royal Tipe	Bisniscom.com	Nasional	2	www.bisnis.com/produk/produk.html	Pediasia
18	Pertama Properti Strategis, Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis	Transportasi.co	Nasional	2	www.transportasi.co/produk/produk.html	Anggara
19	Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis yang Bukan Cigading	Rakuhandienis.id	Nasional	2	www.rakuhandienis.id/produk/produk.html	Yopie Prabowo
20	Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis yang Bukan Cigading, Harvest Cigayan Royal Tipe	Merkindikasi.co	Nasional	2	www.merkindikasi.co/produk/produk.html	Pediasia
21	BBG Aluska Properti Strategis Mengintip di Bawah Gunung Salaknya	Erajati.e	Nasional	2	www.erajati.e.com/produk/produk.html	Thomas Ruliwings
22	Starmas Aluska/Syurah, Siapkan Rumah di Cigading	Blik.it	Nasional	2	www.blik.it/produk/produk.html	Pediasia
23	Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis yang Bukan Cigading, Harvest Cigayan Royal Tipe	Menberharap.com	Lokal	2	www.menberharap.com/produk/produk.html	Pediasia
24	Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis yang Bukan Cigading	Bentengmedia.com	Lokal	2	www.bentengmedia.com/produk/produk.html	Randy Wana
25	Aluska IDPM, Syurah Langkah Projek Besar, Harvest Cigayan Royal Tipe	SeriProperti.com	Lokal	2	www.seriproperti.com/produk/produk.html	Pediasia
26	Harvest Cigayan Royal Tipe, The Harvest Cigayan Royal Tipe, Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis yang Bukan Cigading, Harvest Cigayan Royal Tipe	Foptimums.com	Lokal	2	www.foptimums.com/produk/produk.html	Pediasia
27	Konsentrasi Binaan Tingkat Tinggi, BBG Aluska Dalamatur	Propertiplus.id	Nasional	2	www.propertiplus.id/produk/produk.html	Willy Saputra
28	Terima Pengembangan Rencana Gaji, Harvest Cigayan Royal Tipe	Academia.com	Lokal	2	www.academia.com/produk/produk.html	Pediasia
29	Star May Land Aluska/Syurah Induk/Pengembang Properti Strategis yang Bukan Cigading	Peritus.e	Nasional	2	www.peritus.e.com/produk/produk.html	Pediasia
30	Perdana Properti Strategis, Star May Land Aluska/Syurah Dalamatur	KoranBantenBina.com	Nasional	1	www.korانبantenbina.com/produk/produk.html	Pediasia

sinarmas land

News Clipping

Sinar Mas Land Plaza
JL Grand Boulevard, BSD Green Office Park,
BSD City, Tangerang 15345 - Indonesia
Phone: (62-21) 50 368 368
www.sinarmasland.com

Source: Detik.com

Page: 1

Date & Time: 17 December 2024

Detik

Sinar Mas Land Topping Off DP Mall Expansion Semarang, Siap Beroperasi 2025

Akfa Nasrulah - [detikProperti](#)

Selasa, 17 Des 2024 21:23 WIB

Foto: Dok. Sinar Mas Land

Jakarta - Sinar Mas Land melalui PT. Wijaya Pratama Raya mengumumkan pencapaian tahap konstruksi dengan dilakukannya topping off DP Mall Expansion Semarang. Projek

Gambar 3.2.9 Media Monitoring dan Media Clipping

Sumber: dok. pribadi penulis

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama berlangsungnya pelaksanaan kerja magang di sebuah perusahaan ternama, penulis mendapatkan sebuah kesempatan yang sangat berharga, yaitu untuk mempraktikkan dan mengaplikasikan berbagai teori serta konsep yang telah dipelajari secara mendalam selama masa perkuliahan, khususnya yang terkait dengan bidang Corporate Communication dan Public Relations. Kesempatan ini membuka ruang bagi penulis untuk memahami lebih jauh bagaimana teori yang dipelajari dapat diterapkan secara nyata dalam dunia kerja. Dalam menjalankan peran dan tugas-tugas yang berhubungan dengan pekerjaan seorang Public Relations, penulis belajar untuk menyesuaikan diri dengan berbagai tantangan dan kondisi yang ada di lingkungan kerja profesional.

Dalam perjalanan tersebut, penulis tidak terlepas dari berbagai kendala dan tantangan. Salah satu kendala yang dirasakan adalah adanya perbedaan yang cukup mencolok antara teori dan praktik, terutama dalam hal struktur penulisan dan teori terkait Press Release. Sebagai contoh, format dan metode penulisan Press Release yang diajarkan di lingkungan akademik selama perkuliahan ternyata memiliki perbedaan dengan format dan struktur yang berlaku di dunia kerja, khususnya di perusahaan Sinar Mas Land. Perbedaan ini membuat penulis harus beradaptasi dan belajar kembali mengenai tata cara penulisan Press Release yang sesuai dengan standar perusahaan, termasuk memperhatikan detail-detail yang berkaitan dengan gaya bahasa, struktur narasi, serta tujuan komunikasi yang ingin dicapai melalui dokumen tersebut.

Kendala lain yang dihadapi oleh penulis adalah dalam proses editing video. Sebelumnya, penulis tidak memiliki pengalaman yang signifikan dalam bidang editing video, terutama dalam konteks korporat yang memiliki standar dan ekspektasi yang tinggi. Editing video dalam dunia kerja korporat memerlukan pemahaman tentang berbagai teknik dan struktur yang relevan, serta keterampilan teknis yang mendalam untuk menghasilkan video yang efektif dalam menyampaikan pesan perusahaan. Dalam menghadapi tantangan ini, penulis

banyak belajar dari tim kreatif dan tim sosial media perusahaan yang memiliki pengetahuan dan keahlian khusus di bidang ini. Melalui proses ini, penulis mendapatkan wawasan baru dan kemampuan tambahan yang sangat berharga dalam mendukung pekerjaan di masa depan.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi yang dilakukan oleh penulis atas kendala-kendala yang telah dipaparkan sebelumnya dilaksanakan melalui serangkaian langkah yang dirancang secara sistematis untuk mengatasi hambatan serta meningkatkan kemampuan dan pemahaman penulis dalam menjalankan tugas yang diberikan. Pertama, penulis melakukan langkah awal dengan melakukan riset mendalam terkait penulisan press release yang dimiliki oleh Sinar Mas Land, di mana riset ini melibatkan pengumpulan contoh-contoh press release yang telah diterbitkan oleh perusahaan tersebut sebelumnya. Melalui analisis terhadap struktur dan gaya penulisan yang digunakan, penulis kemudian mempelajari bagaimana elemen-elemen tersebut dapat diaplikasikan ke dalam press release yang sedang dibuat. Selain itu, penulis juga mendapatkan dukungan berupa bimbingan langsung dari mentor dan supervisi oleh atasan terkait, yang membantu memberikan arahan serta masukan yang sangat berharga. Kombinasi antara riset mandiri dan pendampingan ini memberikan kemudahan bagi penulis untuk memahami dan menerapkan format serta gaya penulisan press release yang sesuai dengan standar Sinar Mas Land, sehingga output yang dihasilkan dapat memenuhi ekspektasi perusahaan serta memberikan informasi yang jelas dan menarik bagi audiens.

Kedua, untuk menghadapi kendala yang terkait dengan keterbatasan pengalaman dalam editing video, penulis bersama dengan tim kreatif dari Corporate Communication perusahaan mengambil inisiatif dengan menyelenggarakan sesi pelatihan intensif yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan dalam menggunakan perangkat lunak editing video. Pelatihan ini mencakup penjelasan detail mengenai cara penggunaan aplikasi editing, mulai dari pengenalan fitur-fitur

dasar hingga teknik-teknik lanjutan yang diperlukan untuk menghasilkan video dengan kualitas profesional. Selain itu, tim kreatif juga memberikan panduan mengenai penyusunan kerangka editing video, yang meliputi tahapan perencanaan, pengumpulan materi, penyusunan storyboard, hingga proses akhir editing. Penyusunan kerangka ini dilakukan agar setiap video yang dihasilkan memiliki alur yang mudah dipahami, tampilan visual yang menarik, serta mampu menyampaikan informasi secara efektif kepada khalayak luas. Dengan pendekatan yang terstruktur seperti ini, penulis tidak hanya mampu mengatasi tantangan yang dihadapi, tetapi juga berhasil mengembangkan kompetensi baru yang berguna dalam mendukung aktivitas komunikasi korporat perusahaan

