

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan Dalam Kerja Magang

Mahasiswa magang ditempatkan sebagai staf humas di lingkup bidang logistik dan kedaruratan. Bersama dua staf lainnya, mahasiswa membantu divisi tersebut dalam memproduksi publikasi dan memenuhi kebutuhan lainnya. Bagian humas BPBD Kota Tangerang diawasi langsung oleh Bapak Sarpa Wasesa, selaku Kepala Seksi Kedaruratan dan Logistik.

Selain itu, selama magang berlangsung, mahasiswa mendapatkan bimbingan langsung dari supervisor lapangan, yakni Bapak Anwar, staf divisi humas di bidang kedaruratan dan logistik BPBD Kota Tangerang. Supervisor bertanggung jawab memantau pelaksanaan tugas mahasiswa magang, misalnya mengoreksi konten media sosial sebelum diunggah. Selain itu, setiap konten untuk situs resmi maupun akun media sosial BPBD Kota Tangerang harus mendapat persetujuan supervisor terlebih dahulu.

Dalam praktik sehari-hari, mahasiswa magang bertugas mendukung pekerjaan divisi humas, seperti membuat siaran pers, menulis artikel berita, membuat catatan kegiatan, serta mengelola akun media sosial BPBD Kota Tangerang. Ini mencakup membuat story Instagram harian, konten feed untuk peringatan hari-hari besar, hingga menyusun laporan evaluasi bulanan.

Selama magang, pemegang ditugaskan untuk bekerja di divisi humas BPBD Kota Tangerang. Tugas yang diberikan termasuk menulis press release, menulis artikel berita, mencatat kegiatan, dan mengelola akun media sosial BPBD Kota Tangerang, termasuk membuat story Instagram harian, feed untuk hari besar, dan laporan evaluasi bulanan.

3.2 Tugas Dan Uraian Dalam Kerja Magang

Divisi Hubungan Masyarakat (Humas) di BPBD Kota Tangerang memiliki fungsi strategis dalam menyampaikan informasi kebencanaan secara cepat, akurat,

dan dapat dipercaya kepada publik. Fungsi utama Humas di lembaga ini mencakup membangun citra positif instansi, mengelola komunikasi publik saat terjadi bencana, serta menjalin hubungan dengan media massa dan masyarakat umum. Dalam konteks penanggulangan bencana, peran Humas menjadi semakin penting karena bertanggung jawab untuk mengurangi kepanikan melalui informasi yang solutif dan edukatif, baik dalam fase pra-bencana (mitigasi dan kesiapsiagaan), saat bencana, maupun pasca-bencana. Humas BPBD Kota Tangerang juga aktif memanfaatkan media sosial, website resmi, dan kanal komunikasi digital lainnya untuk memastikan masyarakat mendapat informasi yang tepat waktu, termasuk himbauan siaga, pelaporan kejadian, hingga kegiatan edukasi. Dengan demikian, kehadiran Humas bukan hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai jembatan komunikasi antara pemerintah daerah dan masyarakat, serta sebagai pengendali narasi publik di tengah situasi krisis.

Meskipun cakupan kerja Divisi Humas di BPBD Kota Tangerang mencakup berbagai fungsi komunikasi publik secara luas, selama pelaksanaan magang ini, penulis difokuskan hanya pada dua aspek utama, yaitu pembuatan konten (*content creation*) dan penulisan kehumasan (*PR writing*). Hal ini merupakan arahan langsung dari supervisor lapangan, yang menugaskan penulis secara khusus untuk mengerjakan konten video edukasi dan jurnalistik, serta penulisan artikel berita dan siaran pers. Oleh karena itu, uraian kerja yang disampaikan dalam laporan ini akan berfokus pada dua fungsi tersebut, dan tidak mencerminkan keseluruhan kegiatan Divisi Humas secara umum.

Pemagang diberikan tugas yang masih terkait dengan divisi humas selama proses kerja magang, yang berlangsung selama 640 jam, sesuai dengan arahan dan bimbingan langsung yang diberikan oleh supervisor.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Berikut tabel *Timeline* uraian kerja tugas kerja magang selama 640 jam atau 80 hari kerja di BPBD Kota Tangerang:

Tabel 3.2.1 Uraian Kerja Magang

Aktivitas		Februari			Maret			April			mei			Juni		
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Content Creation	Draft															
	Revise															
	Edit															
	Review															
	Publish															
Writing PR	Membuat press Release															
	Membuat artikel berita															

Berikut tabel aktivitas serta deskripsi uraian kerja magang selama 640 jam kerja atau 80 hari kerja di BPBD Kota Tangerang:

Tabel 3.2.2 Aktivitas dan deskripsi uraian kerja magang

AKTIVITAS	DETAIL AKTIVITAS
CONTENT CREATOR	A. draft Menetapkan konsep konten dengan melakukan riset tema kebencanaan, menentukan target audiens, menyusun outline konten, serta memilih format dan gaya visual yang sesuai dengan brand BPBD Kota Tangerang.
	B. Revise membuat konten - Membuat konten berupa reels edukasi kebencanaan, feed poster informatif, dan Instagram story interaktif menggunakan tools desain seperti Canva dan CapCut.
	C. Edit Melakukan konten editing termasuk pengeditan video (trimming, subtitle, efek), desain grafis (layout, typography), dan pengecekan akhir untuk memastikan kualitas konten.
	D. Review Mengajukan approval konten kepada atasan dengan menyertakan draft lengkap dan melakukan revisi sesuai masukan sebelum publikasi.
	E. Publish Mempublikasikan konten di Instagram @bpbdkotatangerang sesuai jadwal, dilengkapi

	caption, hashtag relevan, serta memantau engagement dari audiens.
PR WRITING	A. Siaran pers Membuat siaran pers tentang kegiatan, program, atau pencapaian BPBD Kota Tangerang dengan format standar (5W+1H), menyertakan quotes dari pejabat terkait, dan disesuaikan dengan gaya penulisan instansi pemerintah.
	B. Artikel Berita Membuat artikel berita untuk website atau media sosial BPBD yang mencakup liputan kegiatan lapangan, edukasi kebencanaan, atau informasi darurat, dengan tetap memperhatikan kaidah jurnalistik dan akurasi data.

Sumber: Data olahan pekerja magang (2025)

3.2.2 uraian pelaksanaan kerja magang

3.2.2.1 *Content Creator*

Mereka yang bertanggung jawab untuk membuat dan mengembangkan berbagai jenis konten, termasuk tulisan, gambar, video, dan audio, dengan tujuan menyampaikan informasi, mengajarkan, atau menghibur pengguna di berbagai platform digital dikenal sebagai pembuat konten. Content creator memainkan peran penting dalam membangun citra lembaga dan menjaga hubungan antara publik dan organisasi melalui konten yang relevan, menarik, dan informatif. Peran ini sangat penting dalam konteks komunikasi dan hubungan masyarakat.

Konten Instagram BPBD Kota Tangerang harus dirancang dengan cara yang menarik, edukatif, dan informatif untuk membangun branding yang kuat dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BPBD. BPBD Kota Tangerang dapat melakukan banyak hal seperti pelatihan kesiapsiagaan bencana, simulasi evakuasi, dan sosialisasi besar tentang mitigasi risiko bencana dengan membuat konsep yang relevan. Quesenberry (2020) menyatakan bahwa media sosial termasuk pembuatan dan penyebaran ide dan informasi. Konten akan

meningkatkan keterlibatan dan berdampak positif pada BPBD Kota Tangerang dengan menggunakan pendekatan visual yang kreatif dan alur cerita yang menarik. Menurut Lawrence (2022, 35), proses pembuatan konten terdiri dari lima tahap:

3.2.2.1.1 DRAFT

Langkah pertama yang harus dilakukan untuk membuat konten menarik perhatian audiens adalah membuat draft atau ide awalan terlebih dahulu untuk konten media sosial. Pekerja magang biasanya mulai mengevaluasi konten, termasuk apa yang bisa menarik banyak audiens dan siapa target audiens dari konten yang akan diunggah nanti. Fokus magang kali ini adalah Instagram, tiktok, dan juga youtube. Diantara semua platform sosial media, pekerja magang difokuskan di platform instagram saja karena BPBD Kota Tangerang sering menggunakannya. Instagram adalah salah satu media sosial terbaik di dunia digital untuk berbagi foto dan video karena popularitasnya yang luar biasa.

Pada tahap draft, supervisor memberikan arahan langsung kepada pekerja magang untuk membuat konten berupa video dan poster grafis. Tugas mereka meliputi pembuatan konten feeds untuk hari-hari besar dan layanan kedaruratan BPBD Kota Tangerang, serta konten dalam bentuk video reel dan cerita Instagram untuk konten berupa edukasi maupun jurnalistik.

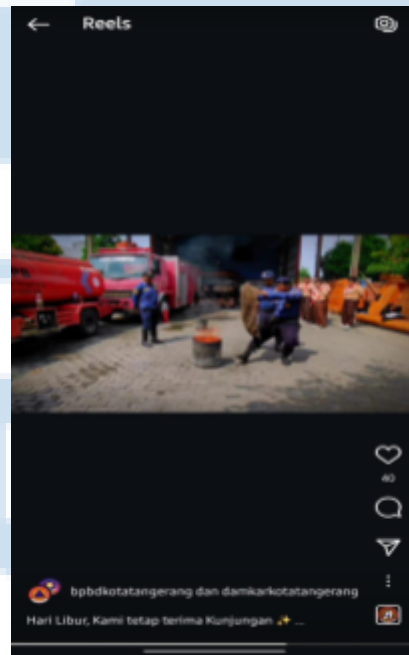
3.2.2.1.1.1 Video

Pekerja magang hanya menggunakan dua jenis digital video yang akan diunggah di Instagram BPBD Kota Tangerang, yaitu jurnalis dan edukasi, selama proses pembuatan konten video. Tipe digital video ini terdiri dari jurnalistik, pemasaran konten, pembentukan merek pribadi, dan kreatif. Kedua jenis digital video tersebut dijelaskan sebagai berikut:

A. Video Jurnalistik

yaitu tipe video di mana pesan atau konten lebih penting daripada kualitas visual. Sangat sering, video ini digunakan sebagai bukti nyata untuk mendokumentasikan peristiwa yang sedang berlangsung. Pekerja magang

menggunakan video ini untuk mendokumentasikan kegiatan sosialisasi tentang memadamkan kebakaran di beberapa sekolah. Tujuan pembuatan konten ini adalah untuk menunjukkan proses yang diajarkan dalam sosialisasi sehingga informasi dapat disampaikan dengan benar dan mudah dipahami oleh masyarakat luas.



Gambar 3.2 Contoh Konten Video jurnalistik

Sumber: Data olahan pekerja magang (2025)

Selain itu, video ini dapat digunakan oleh BPBD Kota Tangerang sebagai dokumentasi untuk melaporkan kegiatan, mengevaluasi program sosialisasi, dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya edukasi penanggulangan bencana. Bahan-bahan ini juga berfungsi sebagai sarana edukasi secara tidak langsung, memungkinkan orang-orang memahami pentingnya pengetahuan dasar penanganan kebakaran sambil tetap tidak terlibat secara langsung dalam aktivitas sosial. Pihak luar yang meliput dan merekam kegiatan tersebut melaporkan bagaimana kegiatan tersebut dilakukan. Pekerja magang hadir untuk membantu mencatat kegiatan.

B. Video Edukasi

seperti video yang berisi informasi bermanfaat. Pekerja magang membuat video reel yang menunjukkan apa yang harus dilakukan jika terjadi gempa bumi. Konten edukasi ini dimaksudkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mempersiapkan diri untuk bencana.



Gambar 3.3 Contoh Konten Video Edukasi

Sumber: Data olahan pekerja magang (2025)

Dengan menyampaikan informasi yang mudah dipahami dan aplikatif, video ini bertujuan untuk membantu orang memahami tindakan yang tepat untuk melindungi diri mereka dan orang lain dalam situasi darurat. Salah satu fokus utama BPBD Kota Tangerang untuk mengurangi risiko bencana adalah membangun budaya kesiapsiagaan bencana melalui konten ini. Ini dilakukan dengan bekerja sama dengan pekerja magang lain untuk mengumpulkan gagasan dan menentukan subjek yang akan dibuat. Setelah itu, penggambaran video yang sudah direncanakan dimulai. Video ini akan berisi informasi tentang bencana banjir, orang-orang yang akan berpartisipasi, dan naskah tentang bagaimana tetap

waspada terhadap banjir. Selain itu, kegiatan ini harus mendapatkan persetujuan supervisor. agar konten video edukasi yang disampaikan sesuai dengan standar BPBD Kota Tangerang.

3.2.2.1.1.2 Poster Desain Grafis

Selama magang, pekerja magang juga membuat feeds untuk media sosial Instagram BPBD Kota Tangerang. Selama magang, mereka tidak membuat feeds atau video dalam jumlah yang sama. Mereka hanya perlu membuat aset yang berkualitas tinggi, membuatnya mudah digunakan, dan menambahkan visual (Diamond, 2016, p. 185). Ini karena postingan di akun Instagram BPBD Kota Tangerang lebih fokus pada penyebaran informasi kedaruratan.

A. make it easy to consume

Informasi harus diberikan dengan cara yang mudah dipahami dan diterima oleh orang lain saat berkomunikasi, terutama saat menyampaikan ide atau negosiasi. Saat mereka membuat feeds Instagram, pekerja magang membuat konten tentang "Siaga Darurat Bencana Hidrometeorologi". Pada konten feeds, mereka menulis tentang apa yang harus dilakukan jika bencana banjir terjadi. Konten yang mudah dipahami didefinisikan sebagai konten yang langsung terkait dengan topik diskusi tanpa membingungkan audiens (Ross & Lemkin, 2019, p.71). Penulisan langkah-langkah juga dibuat secara singkat dalam bentuk poin-poin agar masyarakat mudah memahami pesan yang disampaikan melalui konten feeds jika terjadi gempa bumi. Salah satu contoh konten dari umpan feed "Siaga Darurat Bencana Hidrometeorologi":

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.4 Contoh Konten Feeds Make it easy to consume

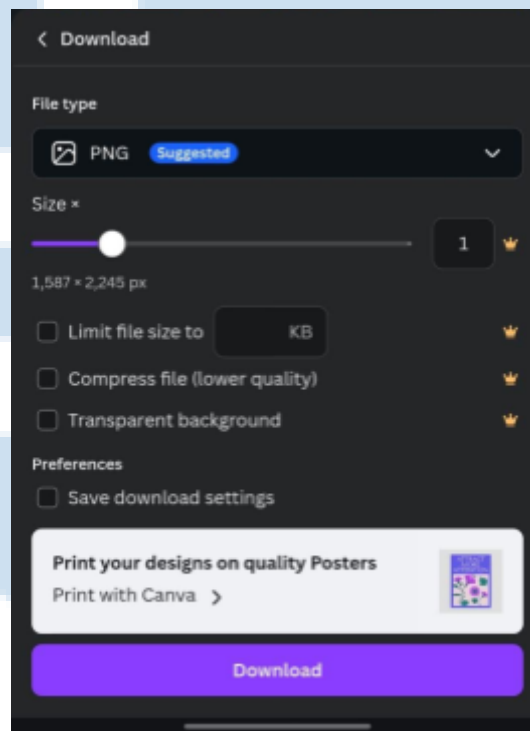
Sumber: instagram @bpbdkotatangerang

Gambar 3.4 menunjukkan tindakan yang harus diambil jika terjadi gempa bumi, baik di dalam ruangan maupun di luar ruangan. Hal ini memungkinkan pembaca untuk langsung memahami apa yang harus mereka ketahui. Poster ini dapat dibuat dengan menggunakan alat seperti Canva karena hanya perlu menambahkan elemen visual daripada tulisan. Elemen visual seperti smartphone dan logo kota Tangerang adalah beberapa contohnya. Kemudian memotong beberapa foto dari dokumentasi banjir untuk digunakan sebagai latar belakang poster. Tujuannya adalah untuk membuat pembaca lebih tertarik bahwa semua elemen visual disesuaikan dengan informasi yang diberikan.

B. *Create only high-quality assets*

Kualitas, bukan kuantitas, adalah fokusnya, sehingga hanya hal-hal yang benar-benar penting dan bermanfaat yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan dan perspektif orang yang berinteraksi. Dalam proses pembuatan konten, baik feeds maupun video yang akan diunggah ke media sosial BPBD Kota Tangerang, gambar harus berkualitas tinggi agar audiens dapat dengan mudah melihat dan mengonsumsi konten. Pekerja magang selalu mengedit video dengan format PNG saat mengedit poster

untuk konten feeds agar tetap jernih dan menarik bagi audiens ketika diunggah ke Instagram. Konten yang mudah dipahami didefinisikan sebagai konten yang langsung terkait dengan topik diskusi tanpa memperumit pemirsa dalam hal pemahamannya.



Gambar 3.5 proses memilih format yang tepat

Sumber: Data olahan pekerja magang (2025)

Pekerja magang menggunakan format PNG pada gambar yang telah selesai dibuat pada gambar 3.5 untuk memastikan bahwa gambar yang diunggah ke Instagram tetap memiliki kualitas gambar yang baik. Dengan cara ini, visual yang dipresentasikan menjadi lebih baik dan tidak mengganggu audiens karena gambar berkualitas tinggi akan menarik banyak orang untuk melihatnya. Supervisor juga meminta standar format PNG ini diterapkan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

C. Include Visuals

prinsip ini untuk meningkatkan pemahaman dan membuat pesan lebih jelas. Visual dapat membuat informasi lebih menarik, lebih mudah diingat, dan lebih cepat diproses oleh orang lain, terutama dalam konteks negosiasi atau presentasi yang kompleks. Untuk membuat konten feeds mudah diakses dan menarik perhatian audiens, pekerja magang harus menggunakan visual pendukung konten (Hulten, 2020).



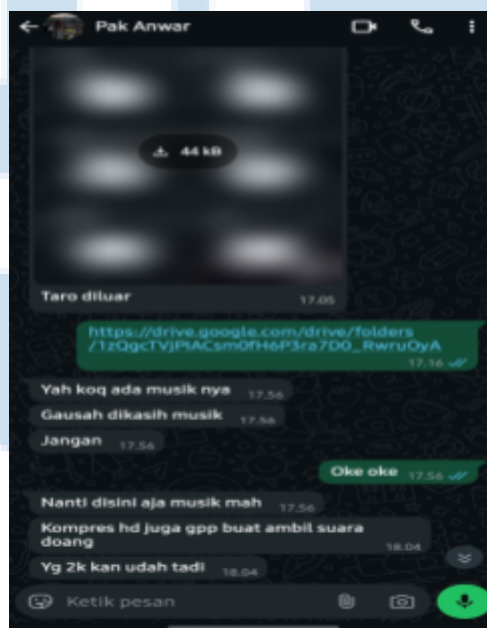
Gambar 3.5 Contoh Konten Feeds siaga bencana banjir

Sumber: instagram @bpbdkotatangerang

Pekerja magang menggunakan visual seperti hewan ular untuk menampilkan hewan liar yang dianggap berbahaya untuk membuat konten di feeds Instagram tersebut mudah dipahami. Gambar visual ini berasal langsung dari alat Canva, dan untuk membuatnya lebih menarik, mereka memotong beberapa simbol visual. Informasi yang berkaitan dengan simbol yang telah dibuat juga disertakan. Supervisor sudah setuju untuk menambahkan elemen visual untuk membantu orang memahami isi poster.

3.2.2.1.2 *REVISE*

Pekerja magang sering membuat dan mengedit konten sebelum diunggah ke media sosial BPBD Kota Tangerang. Revisi dilakukan untuk memastikan bahwa konten memenuhi tujuan dalam hal penyampaian pesan, keakuratan informasi, dan kualitas visual dan narasi. Ini juga penting untuk memastikan bahwa konten sesuai dengan pedoman atau standar yang berlaku di BPBD Kota Tangerang untuk menjaga reputasi dan kredibilitas organisasi.

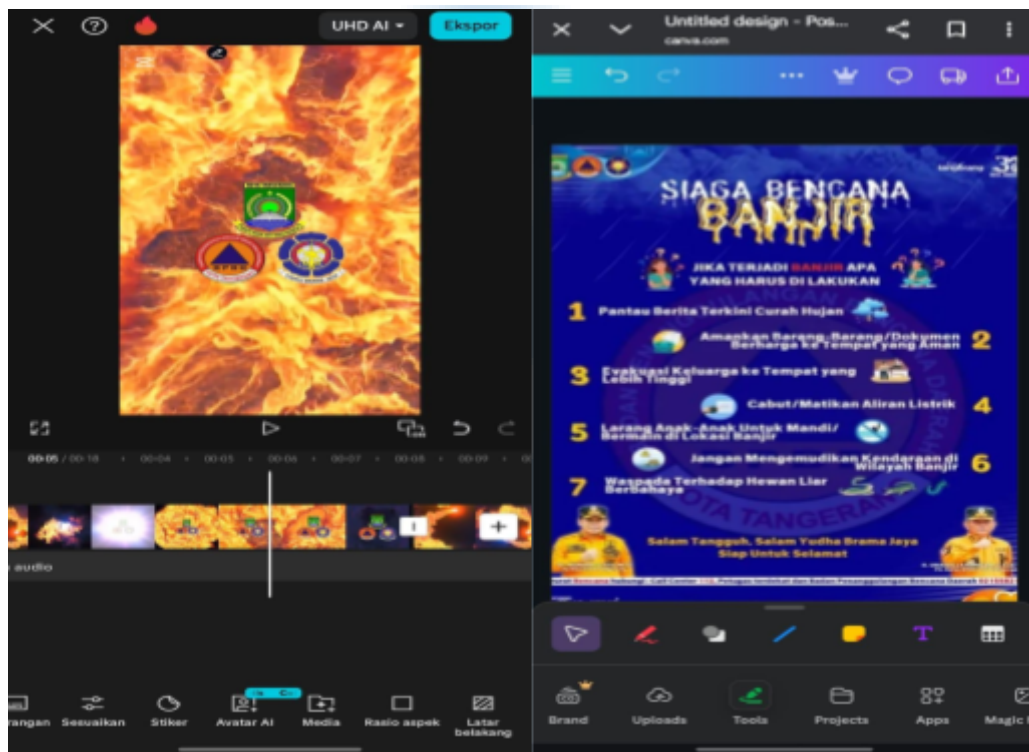


Gambar 3.6 Bukti pesan Revisi Konten
Sumber: Dokumentasi pekerja magang (2025)

Revisi sebelum konten dipublikasikan secara resmi sangat penting karena membantu memastikan bahwa konten menarik perhatian audiens, mudah dipahami, dan mengandung jumlah informasi yang maksimal.

3.2.2.1.3 *EDIT*

Pada tahap ini, mahasiswa magang melakukan penyuntingan konten sesuai format unggahan yang diinginkan. Misalnya, ketika diminta mengolah video, mereka memanfaatkan aplikasi seperti CapCut untuk menambahkan elemen visual, teks, transisi, dan efek agar video tampil lebih menarik sekaligus mudah dipahami audiens.



Gambar 3.7 Proses pengeditan menggunakan *Tools Capcut dan Canva*
 Sumber: Dokumentasi pekerja magang (2025)

Pekerja magang membuat poster yang informatif dan menarik dengan berbagai template dan elemen desain menggunakan alat seperti Canva. Proses ini menunjukkan bahwa penguasaan berbagai aplikasi dan alat edit sangat penting untuk membuat konten yang berkualitas dan sesuai dengan platform. Kedua platform ini sangat membantu pekerja magang menyelesaikan konten yang akan dibuat. Untuk contoh Capcut, pekerja magang sering menggunakan alat ini karena hampir semua konten video, poster, dan elemen audio dan visual terkait digunakan melalui alat seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.7. Instruksi untuk menggunakan alat ini termasuk cara memotong video, menambahkan overlay bpbd kota tangerang, dan menambahkan logo bpbd serta sosok yang akan ditampilkan, semuanya sesuai dengan petunjuk direktur.

3.2.2.1.4 *REVIEW*

Pekerja magang biasanya meninjau konten sebelum diunggah ke akun Instagram BPBD Kota Tangerang. Hal ini dilakukan untuk memastikan apakah konten tersebut layak untuk diunggah atau tidak. Pada tahap ini, mereka juga biasanya melibatkan manajer, yaitu Bapak Anwarudin. Tidak memenuhi standar media bpbd kota tangerang, seperti penulisan watermark dan karakter dalam konten, dikritik oleh supervisor.



Gambar 3.8 Proses Review kembali konten
Sumber: Dokumentasi pekerja magang (2025)

3.2.2.1.5 *PUBLISH*

Konten tersebut diunggah ke akun Instagram BPBD Kota Tangerang setelah diedit dan direvisi oleh supervisor, Bapak Anwar. Pastikan konten dapat diakses oleh semua orang adalah tujuan dari tahap publikasi ini. Instagram dipilih sebagai platform utama karena memiliki kemampuan untuk menjangkau berbagai kelompok audiens melalui fitur visualnya yang interaktif dan menarik. Dengan

menggunakan publikasi ini, BPBD Kota Tangerang dapat menyampaikan informasi penting dan membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens, terutama masyarakat Kota Tangerang. Untuk menilai keberhasilan konten melalui interaksi seperti komentar, likes, dan share, proses publikasi sangat penting. Ini menunjukkan betapa efektifnya audiens memahami pesan.

Pekerja magang menemukan banyak perbedaan antara urutan pembuatan konten dan konsep. Menurut konsep, urutan pembuatan konten adalah draft, revise, edit, review, dan publikasi. Sebaliknya, urutan pembuatan konten pekerja magang adalah draft, edit, review, revise, dan publikasi. Setelah itu, supervisor mereka akan memutuskan apa yang harus dilakukan pekerja magang.

3.2.2.2 PR WRITING

Penulisan PR adalah proses penulisan yang bertujuan untuk membangun dan mempertahankan citra positif suatu organisasi atau lembaga di mata publik dengan menggunakan berbagai bentuk media. Menulis PR mencakup banyak hal, termasuk pidato, artikel, siaran pers, konten media sosial, dan narasi untuk media internal dan eksternal. Sehingga pesan dapat diterima secara efektif dan membangun hubungan baik antara organisasi dan masyarakat, penulisan PR memerlukan ketepatan dalam menyampaikan pesan, kejelasan informasi, dan kemampuan untuk menyesuaikan gaya bahasa dengan audiens yang dituju.

Seorang public relations harus mempertimbangkan tujuan, audiensi, dan kanal sebelum menulis konten untuk diunggah di internet (Wilcox & Reber, 2015). Untuk menyelesaikan pekerjaannya, BPBD Kota Tangerang menggunakan penulisan pers. Pekerja magang diberi instruksi untuk membuat siaran pers dan artikel berita yang akan diunggah ke website resmi BPBD Kota Tangerang. Proses ini tidak hanya mengajarkan keterampilan penulisan teknis tetapi juga memberikan pemahaman yang mendalam tentang protokol komunikasi yang efektif di sebuah lembaga pemerintah. Pekerja magang belajar menyampaikan informasi dengan jelas dan tepat sasaran, menghasilkan konten yang sesuai

dengan nilai organisasi, dan menarik perhatian pembaca dengan bantuan supervisor.

A. Objective

Salah satu tanggung jawab seorang public relations adalah menulis berita dengan tujuan mengumpulkan, mengolah, dan menyatukan informasi secara adil dan seimbang untuk disampaikan kepada audiens. Penulisan PR biasanya ditujukan untuk berbicara dengan berbagai orang melalui media berita dan metode komunikasi lainnya. Memberikan informasi yang akurat, membujuk, dan memotivasi audiens adalah tujuan dari tulisan ini. Namun, tujuan utama penulisan di website BPBD Kota Tangerang adalah memberikan informasi kepada masyarakat tentang kegiatan BPBD Kota Tangerang atau acara yang terkait dengan lembaga tersebut. Untuk menyampaikan fakta dengan jelas tanpa tujuan lain seperti persuasi atau motivasi, penulisan ini mengutamakan metode 5W+1H (What, Who, Why, When, Where, and How).

B. Audience

Media massa memiliki audiens yang luas, sehingga seorang PR Writer harus dapat dengan tepat mengidentifikasi audiens dan komposisinya untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan sesuai dengan minat dan perhatian khalayak. Seorang PR Writer juga harus selalu memahami kebutuhan, minat, dan kepentingan audiens.

BPBD Kota Tangerang tidak memiliki tujuan khusus untuk mereka yang menggunakan media online. Informasi ini disediakan untuk keperluan BPBD Kota Tangerang dan juga untuk umum. Sebagai lembaga non-departemen, BPBD Kota Tangerang bertanggung jawab untuk menyediakan informasi yang jelas dan dapat diakses. Target audiens nya adalah masyarakat Kota Tangerang, terutama orang-orang di bidang akademik, peneliti, dan media kota yang mencari informasi terbaru tentang persiapan bencana alam di wilayah Kota Tangerang.

C. Channel

PR Writing tidak terbatas pada satu jenis platform media; untuk menjangkau audiens secara efektif, mereka harus menggunakan berbagai saluran dan platform. Secara umum, PR Writing termasuk dalam tiga kategori: media yang diperoleh, media yang dimiliki, dan media yang dibayar. Kombinasi dari ketiga kategori ini memastikan bahwa pesan diterima dan dipahami dengan baik oleh audiens.

Untuk menyebarkan berita, BPBD Kota Tangerang menggunakan media milik mereka sendiri, salah satunya adalah website resmi. Humas BPBD Kota Tangerang juga menggunakan media sosial seperti Instagram untuk menyebarkan berita tentang kegiatan mereka. Audiens dari setiap platform media berbeda, sehingga strategi yang digunakan harus disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing platform. Dengan demikian, berikut adalah uraian pekerjaan magang sebagai penulisan pers di BPBD Kota Tangerang:

3.2.2.2.1 Siaran Pers

Di Divisi Humas BPBD Kota Tangerang, Bapak Anwar, yang juga merupakan Supervisor dan Humas BPBD bidang kedaruratan dan logistik, diberi tanggung jawab langsung untuk membuat siaran pers. Siaran pers adalah dokumen yang dibuat oleh bagian Public Relations (PR) untuk menyampaikan informasi kepada media massa yang dianggap memiliki nilai berita. Tujuan utamanya adalah meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang organisasi, barang, layanan, atau peristiwa tertentu (Wilcox & Reber, 2015).

**Pemkot Tangerang Kembali Perpanjang Status Siaga Darurat Bencana
Hidrometeorologi hingga 14 Mei 2025**

Tangerang, 12 April 2025 – Pemerintah Kota (Pemkot) Tangerang kembali memperpanjang Status Siaga Darurat Bencana Hidrometeorologi hingga 14 Mei 2025 sebagai langkah antisipasi menghadapi potensi cuaca ekstrem pada masa peralihan musim hujan ke musim kemarau. Keputusan ini diambil berdasarkan rekomendasi Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) serta pemantauan Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kota Tangerang terhadap ancaman bencana hidrometeorologi seperti banjir, angin kencang, dan puting beliung.

Status siaga darurat ini sebelumnya telah diberlakukan sejak 11 Desember 2024 dan telah beberapa kali diperpanjang seiring dengan masih tingginya potensi cuaca ekstrem. Terakhir, status ini berlaku hingga 13 April 2025, namun karena prakiraan BMKG menunjukkan masih adanya potensi hujan lebat dan bencana hidrometeorologi di wilayah Kota Tangerang, Pemkot memutuskan untuk memperpanjangnya sekali lagi.

Kepala Pelaksana BPBD Kota Tangerang, Ubaidillah Ansar, menjelaskan bahwa masa peralihan musim (pancaroba) kerap diwarnai oleh cuaca tidak menentu yang dapat memicu bencana. "BMKG memprediksi potensi hujan lebat disertai angin kencang dan petir masih mungkin terjadi hingga Mei 2025. Wilayah seperti Ciledug, Cipondoh, Karang Tengah, Larangan, dan Piasin perlu meningkatkan kewaspadaan terhadap potensi banjir," ujar Ubaidillah dalam keterangan resminya.

Menyikapi hal tersebut, Pemkot Tangerang melalui BPBD mengimbau masyarakat untuk:

1. **Meningkatkan kesiapsiagaan** dengan menyiapkan tas darurat berisi kebutuhan pokok, dokumen penting, dan obat-obatan.
2. **Memperkuat koordinasi di tingkat RT/RW** dengan mengaktifkan posko siaga bencana dan sistem peringatan dini.
3. **Melakukan langkah pencegahan** seperti kerja bakti membersihkan saluran air, membuat lubang biopori, serta menghindari membuang sampah sembarangan.

Surat rekomendasi dari Balai Besar BMKG Wilayah II (Nomor e.B/KL.01.01/006/KBB2/TV/2025) turut mengonfirmasi adanya potensi cuaca ekstrem di Provinsi Banten pada April-Mei 2025. Oleh karena itu, Pemkot Tangerang mendorong kolaborasi semua pihak, termasuk swasta dan komunitas, untuk bersama-sama memitigasi risiko bencana.

"Dengan langkah antisipasi yang tepat, dampak bencana dapat diminimalkan. Kami mengajak seluruh warga untuk tetap waspada dan mematuhi arahan petugas," tegas Ubaidillah.

Gambar 3.9 Siaran Pers Pemkot tangerang kembali...

Sumber: Data Olahan pekerja magang (2025)

Pekerja magang dididik secara langsung oleh supervisor tentang cara membuat siaran pers yang baik dan benar. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan selama proses ini, di antaranya:

a. **Format Standar**

Siaran pers tersebut tidak memiliki format yang diharapkan, seperti yang ditunjukkan pada gambar sebelumnya. Ini karena siaran pers tersebut memiliki headline dengan nama perusahaan, tetapi logo perusahaan tidak ditemukan, sehingga media tidak dapat mengetahui dari mana siaran tersebut berasal. Di

paragraf pertama, lokasi dan tanggal peristiwa disebutkan. Untuk lead siaran pers, pekerja magang kemudian menyertakan 5W + 1H.

1. What: Pemkot Tangerang Kembali Perpanjang Status Siaga Darurat Bencana Hidrometeorologi hingga 14 Mei 2025
2. When: Kamis, 17 April 2025
3. Where: Kota Tangerang
4. Who: Jajaran Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD), Palang Merah Indonesia (PMI), Dinas Lingkungan Hidup (DLH), dan Camat dan Lurah se-Kota Tangerang.
5. Why: masyarakat diimbau untuk meningkatkan kewaspadaan bencana alam

Selain itu, siaran pers dilengkapi dengan enam paragraf yang berisi berbagai informasi penting. Paragraf-paragraf ini termasuk kutipan dari orang-orang penting, serta rincian tentang pihak-pihak yang hadir dalam apel tersebut. Namun, informasi penting tentang perusahaan tidak ditemukan di akhir siaran pers.

b. Informasi menarik

Pemerintah Kota Tangerang telah mempersiapkan diri untuk menghadapi bencana dalam siaran pers tersebut. Selain itu, mereka memberikan informasi tentang program-program untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mempersiapkan diri untuk situasi darurat. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh masyarakat Kota Tangerang, termasuk komunitas lokal dan organisasi terkait, siap menghadapi ancaman.

c. Ketepatan Waktu

Apel Siaga Bencana dilaksanakan pada hari Kamis, 14 November 2024. Untuk memungkinkan siaran pers tersebut dijadikan berita oleh *Tangerangkota.go.id* pada tanggal 17 April 2025, tim Humas BPBD Kota Tangerang harus mengirimkan rilis secara tepat waktu dan terkoordinasi dengan baik. Pengiriman siaran pers idealnya dilakukan maksimal satu hari setelah kegiatan berlangsung



Gambar 3.10 Artikel Berita Tangerangkota

Sumber: Tangerangkota.go.id (2025)

agar pihak media memiliki cukup waktu untuk menyunting, mengemas ulang, dan menjadwalkan publikasinya. Ketepatan waktu dalam distribusi informasi menjadi cerminan profesionalisme instansi pemerintah dalam mengelola komunikasi publik, terutama dalam konteks darurat. Bila siaran pers dikirim terlalu lambat, potensi nilai beritanya akan menurun dan tidak lagi dianggap aktual oleh redaksi media. Oleh karena itu, koordinasi antara tim dokumentasi, penulis rilis, dan media penerima menjadi krusial untuk menjaga efektivitas penyebaran informasi kepada masyarakat.

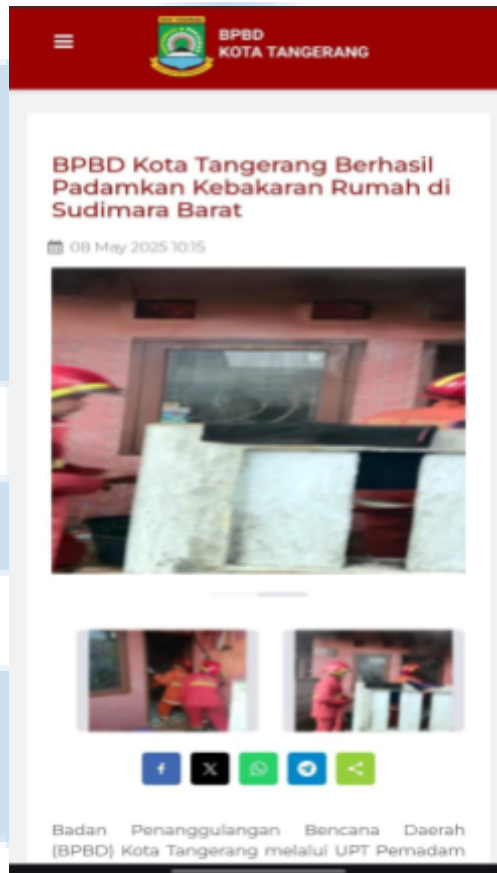
3.2.2.2.2 Artikel Berita

Selain itu, pekerja magang diminta untuk membuat berita untuk diunggah ke website resmi BPBD Kota Tangerang. Dalam hal menulis di internet, ada dua gagasan utama yang harus diperhatikan, menurut Wilcox & Reber (2015): ada perbedaan yang signifikan antara membaca dokumen cetak dan membaca secara online. Konten di internet harus ditulis dengan gaya yang singkat, langsung ke inti, dan dilengkapi dengan subjudul, poin-poin, dan elemen visual yang menarik agar pembaca dapat memahami informasi dengan cepat. Dengan demikian, pembaca cenderung membaca lebih cepat dan kurang mendalam, seringkali hanya membaca dan mencari kata kunci. Pekerja magang juga menggunakan gaya penulisan ini untuk menulis berita yang ringkas dan tidak bertele-tele, sering menggunakan format poin-poin, dan membuat informasi lebih jelas dengan menambahkan elemen visual seperti foto.

Sangat penting bagi pekerja magang untuk memahami perbedaan ini karena akan mempengaruhi cara dan struktur penulisan yang diterapkan. Penulisan untuk platform online membutuhkan kesederhanaan dan daya tarik visual, tetapi penulisan untuk media cetak membutuhkan kedalaman dan penggunaan bahasa yang lebih kaya. Sepuluh standar umum yang harus diperhatikan oleh penulis website Public Relations (Wilcox & Rebex 2015):

A. Keep your Headlines Clear and Enticing

Judul yang dirancang secara menarik, sederhana, dan langsung menyampaikan inti pesan memegang peran krusial dalam memikat perhatian pembaca sejak pertama kali melihatnya. Selain itu, judul yang mampu memancing rasa ingin tahu atau memberi gambaran jelas mengenai nilai dan manfaat konten akan lebih ampuh dalam mendorong audiens untuk membaca lebih jauh.



Gambar 3.11 Artikel Berita BPBD Kota Tangerang
Sumber: Dokumentasi Pekerja Magang (2025)

Seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.11, BPBD Kota Tangerang menggunakan judul yang jelas dan menarik dalam contoh penulisan berita. Beberapa judul yang digunakan menggabungkan unsur kejelasan, singkatan, dan daya tarik informatif untuk menarik perhatian pembaca secara langsung. Judul tidak hanya berfungsi sebagai pembuka artikel, tetapi juga sebagai ringkasan yang padat terhadap isi berita, sehingga pembaca dapat langsung memahami konteks utama dari informasi yang akan disampaikan. Proses penentuan judul dilakukan melalui brainstorming bersama supervisor, yang melibatkan diskusi mengenai kata kunci yang relevan, gaya bahasa yang sesuai dengan citra lembaga, serta pemilihan diksi yang bersifat informatif namun tetap menarik. Berdasarkan arahan dan masukan dari supervisor, pekerja magang kemudian menyusun judul yang sesuai dengan narasi berita dan karakter platform publikasi, baik untuk website

maupun media sosial. Selain menyusun judul yang tepat, pekerja magang juga diarahkan untuk menyertakan beberapa foto pendukung yang relevan dengan isi berita, guna memperkuat daya tarik visual serta memberikan gambaran faktual dari peristiwa yang diberitakan. Kombinasi antara judul yang kuat dan foto yang mendukung menjadi bagian penting dalam menarik perhatian pembaca serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap informasi yang disajikan oleh BPBD Kota Tangerang.

B. Get To The Point

Get to the Point adalah salah satu pedoman penting untuk penulisan situs web Public Relations karena menekankan betapa pentingnya menyampaikan informasi penting secara langsung dan tanpa keraguan. Saat pembaca membaca di internet, kalimat pembuka harus menarik perhatian mereka karena mereka cenderung mencari sesuatu dengan cepat. Dengan menggunakan bahasa yang ringkas dan efektif, penulis dapat memastikan bahwa audiens tetap tertarik dan memahami pesan utama sejak awal.





Gambar 3.12 Paragraf pengantar berita

Sumber: Dokumentasi pekerja magang (2025)

Bisa dilihat pada gambar 3.12, paragraf awal artikel berita di atas bahwa paragraf pertama tersebut langsung membahas informasi penting yaitu BPBD Kota Tangerang telah memberikan penanganan responsif setelah mendapatkan laporan kedaruratan. Hal ini dilakukan dengan cara meringkas kembali informasi yang telah diberikan dari pihak media dan juga supervisor, serta langsung menunjukkan poin utama dari berita yang ingin disampaikan dan disebarluaskan kepada pembaca. Pendekatan ini diambil untuk memastikan bahwa informasi yang dianggap paling penting dapat segera ditangkap oleh pembaca sejak awal paragraf, tanpa harus terlebih dahulu membaca kalimat pengantar atau latar belakang yang panjang. Penyampaian langsung terhadap inti informasi juga sejalan dengan karakteristik media digital yang mengedepankan kecepatan akses dan kemudahan pemahaman. Dalam praktiknya, penulis juga memperhatikan struktur kalimat agar tetap jelas dan ringkas, serta menghindari penggunaan diksi yang rumit atau ambigu. Dengan demikian, gaya penulisan seperti ini tidak hanya

meningkatkan keterbacaan, tetapi juga mempermudah penyebaran informasi penting secara efektif, khususnya dalam konteks kebencanaan yang membutuhkan kecepatan dan ketepatan informasi.

C. Link To Resources For Future Information

Pembaca dapat lebih mudah mendapatkan informasi lebih lanjut tentang topik tertentu dengan menyertakan tautan ke artikel berita. Ini juga dapat meningkatkan jumlah waktu yang mereka habiskan untuk mengunjungi situs web. Penggunaan tautan dalam artikel atau halaman web ini memiliki manfaat yang sangat penting, seperti memungkinkan pembaca untuk mengakses sumber daya tambahan yang relevan dan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang subjek yang dibahas. Namun, tautan belum digunakan secara keseluruhan dalam berita yang disajikan di situs web BPBD Kota Tangerang. Fakta bahwa BPBD sering membahas masalah penting seperti informasi kebijakan, edukasi masyarakat, dan mitigasi bencana membuat ini mungkin terlewatkan.

D. Keep Paragraphs To A Few Short Sentences

Paragraf pendek membuatnya lebih mudah dipahami dalam waktu singkat, tetapi teks yang terlalu panjang dapat membuat pembaca jenuh. Pengguna internet biasanya mencari informasi dengan kecepatan tinggi. Akibatnya, menulis dengan paragraf pendek sangat penting untuk menarik dan mempertahankan perhatian pembaca. Paragraf pendek lebih menarik secara visual dan membantu pembaca memindai dokumen. Metode yang paling efektif untuk menyampaikan berita di website BPBD Kota Tangerang adalah penulisan yang singkat tetapi informatif.

"Kami berhasil memadamkan sebuah rumah warga yang terbakar pagi tadi. Alhamdulillah, proses pemadaman berjalan cepat dan berhasil dipadamkan sepenuhnya sekitar pukul 07.45 WIB," ujar Andia, Kamis (8/5/25).

la melanjutkan, BPBD Kota Tangerang sementara ini menduga penyebab kebakaran tersebut diakibatkan korsleting listrik. BPBD Kota Tangerang juga memperkirakan jumlah kerugian akibat kebakaran tersebut mencapai Rp100 juta.

Gambar 3.13 berita dengan penyampaian singkat

Sumber:Dokumentasi pekerja magang (2025)

Paragraf yang digunakan dalam artikel berita tersebut tidak terlalu panjang atau bertele-tele, seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.13. Ini dilakukan untuk membuat artikel lebih mudah dibaca dan cepat dipahami oleh pembaca dari berbagai latar belakang. Dalam praktik penulisan berita untuk website resmi BPBD Kota Tangerang, pekerja magang secara konsisten mengutamakan gaya penulisan yang ringkas, langsung ke pokok informasi, serta mudah dipindai oleh pembaca daring. Hal ini dicapai dengan cara meringkas informasi yang telah diberikan oleh supervisor, menyusun ulang poin-poin utama yang relevan, dan merangkainya dalam susunan kalimat yang sederhana namun tetap informatif. Strategi ini juga memperhatikan kebiasaan audiens digital yang cenderung membaca secara cepat dan tidak mendalam. Oleh karena itu, paragraf-paragraf dalam artikel dibuat singkat, to the point, dan sering kali dilengkapi dengan bullet point atau subjudul jika diperlukan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterbacaan, tetapi juga menjaga agar pesan utama dari konten tetap tersampaikan dengan efektif. Artikel berita menjadi lebih unik dan efektif karena berfokus langsung pada substansi informasi tanpa perlu menambahkan kalimat pengantar yang berlebihan atau narasi yang tidak relevan dengan inti pesan.

E. Use Bullet Points And Numbered Lists

Menyajikan berita dengan poin-poin membuatnya lebih mudah dipahami dalam waktu singkat. Pembaca tidak selalu memiliki waktu atau kesabaran untuk membaca teks secara menyeluruh di era digital yang penuh dengan informasi yang cepat. Sebaliknya, mereka lebih suka memindai halaman untuk mendapatkan informasi yang paling penting. Untuk menyampaikan informasi seperti daftar tamu yang menghadiri acara tertentu, berita yang dimuat di situs web BPBD Kota Tangerang sering menggunakan format poin.

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 Batuceper – (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)**

Gambar 3.14 berita dengan bullet dan poin

Sumber: Dokumentasi pekerja magang (2025)

Untuk membuat artikel berita lebih mudah dibaca, bullet points digunakan, seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.14. Cara ini sudah menjadi kebiasaan untuk menekankan informasi penting tentang unit BPBD yang tersedia saat bencana banjir, membuat pembaca langsung tahu posko yang tersedia. cara pembuatan ini cukup sederhana, hanya menambahkan beberapa penomoran serta informasi apa yang akan ditulis setelah penomoran tersebut. tools yang digunakan oleh pekerja magang saat menulis sebuah artikel berita seperti pada gambar 3.14

adalah tools yang sudah disediakan oleh bpbd kota tangerang dan web resmi yang biasa digunakan oleh instansi seperti bpbd kota tangerang dan instansi pemerintahan yang ada di kota tangerang yaitu tangerangkota.go.id.admin . pekerja magang diberikan akses berupa akun resmi instansi yang dimiliki supervisor untuk menggunakan tools tersebut.

F. Include Sub-Heads

Karena berita yang disiarkan oleh BPBD Kota Tangerang berfokus pada satu pembahasan saja, pekerja magang tidak membuat subheads untuk isi artikel di atas.

G. Use Relevant Keyword

Karena kata kunci sangat penting untuk membantu pencarian indeks, penerapan teknik SEO (search engine optimization) secara efektif sangatlah penting. Untuk membuat konten lebih mudah ditemukan, adalah penting untuk menggunakan istilah yang sering dicari oleh audiens. Langkah penting untuk meningkatkan visibilitas website adalah menulis berita dengan mempertimbangkan prinsip SEO. Situs web dapat menarik lebih banyak pengguna dengan memilih dan menggunakan kata kunci yang relevan. Kata kunci yang dipilih harus relevan dengan topik dan sering digunakan oleh audiens target. Pemilihan kata kunci untuk berita yang diunggah di website BPBD Kota Tangerang didasarkan pada kegiatan yang sedang dilaporkan.



Gambar 3.15 keyword judul berita

Sumber: Dokumentasi pekerja magang (2025)

Bisa dilihat pada gambar 3.15, Dalam proses penyusunannya, pekerja magang penerapan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) hal ini juga menjadi bagian penting dalam proses penulisan. Pemilihan kata kunci yang akurat dengan topik dan tren pencarian audiens menjadi strategi utama agar artikel dapat lebih mudah ditemukan melalui mesin pencari seperti Google. Kata kunci seperti “banjir Kota Tangerang”, “tips aman banjir”, dan “evakuasi BPBD” digunakan karena sesuai dengan konteks kegiatan dan memiliki potensi tinggi dalam meningkatkan visibilitas konten. Penggunaan kata kunci ini disesuaikan berdasarkan tema kegiatan yang sedang dilaporkan.

H. Write Like You Talk

Cara orang berinteraksi dan mendapatkan informasi telah berubah karena internet. Platform web biasanya menggunakan gaya penulisan yang lebih santai dan komunikatif dibandingkan dengan media cetak. Namun, BPBD Kota Tangerang menggunakan gaya penulisan yang formal dan tidak didasarkan pada pendapat pribadi penulis. Penulisan harus menyampaikan fakta yang telah terverifikasi dan dapat dipertanggungjawabkan.



Gambar 3.16 apel terakhir kalak bpbd
Sumber:Dokumentasi pekerja magang (2025)

Gambar 3.16 menunjukkan bahwa penulisan artikel ini dimulai dengan mengidentifikasi peristiwa utama, apel pagi yang dipimpin langsung oleh Kepala BPBD sebelum purna bakti. Setelah itu, pekerja magang mengumpulkan data. Ini termasuk mendokumentasikan foto kegiatan, mencatat waktu dan lokasi pelaksanaan, dan memverifikasi informasi dengan supervisor. Supervisor saya memimpin dan membimbing seluruh proses, memastikan bahwa informasi yang digunakan akurat dan layak untuk dipublikasikan. Struktur piramida terbalik digunakan untuk menyusun berita, dengan fakta paling penting didahului dengan detail tambahan dan bukti tambahan.

I. Double Check Everything

Untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan kredibel, penulis website Public Relations harus mematuhi pedoman penting "Double-Check Everything". Semua fakta, angka, nama, dan kutipan harus diperiksa sebelum dipublikasikan. Tujuannya adalah untuk mempertahankan kepercayaan audiens dan menghindari efek buruk yang dapat dihasilkan oleh informasi yang salah atau tidak akurat. Selain itu, menjamin informasi yang

akurat menunjukkan keterampilan dan komitmen terhadap kualitas komunikasi yang tinggi.

J. Encourage Feedback

Kehidupan di dunia digital dicirikan oleh interaksi aktif antara pengguna dan konten. Jadi sangat penting bagi pembaca untuk memberikan komentar dan umpan balik. Berita yang diunggah oleh BPBD Kota Tangerang tidak dimaksudkan untuk membantu orang berinteraksi satu sama lain; sebaliknya, tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada publik tentang kegiatan yang dilakukan oleh BPBD Kota Tangerang.

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

1. Pekerja magang tidak menggunakan subheads untuk membagi isi artikel berita. Hal ini disebabkan oleh cara berita yang diterbitkan oleh BPBD Kota Tangerang, yang biasanya terkonsentrasi pada satu masalah utama. Jenis artikel ini biasanya singkat dan langsung ke pokok bahasan, sehingga tidak memerlukan struktur tambahan untuk membuatnya lebih menarik, terutama bagi pembaca yang lebih suka informasi yang terorganisir. sub kepala juga dapat mempermudah audiens dalam menavigasi isi berita dan menemukan poin poin penting tanpa harus membaca keseluruhan artikel.
2. Pekerja magang tidak menyertakan tautan atau sumber informasi, tetapi pembaca dapat dengan mudah mendapatkan informasi lebih lanjut melalui tautan atau link. Ini meningkatkan pemahaman pembaca dan meningkatkan kepercayaan mereka pada berita.
3. Tidak ada kolom komentar atau tanggapan di situs web BPBD Kota Tangerang. Hal ini disebabkan fakta bahwa berita yang diposting di website ini lebih berfokus pada memberikan informasi kepada masyarakat tentang kegiatan yang dilakukan oleh BPBD Kota Tangerang.

3.3 Kendala Yang Ditemukan

Pekerja magang menemukan beberapa kendala selama kerja magang mereka di divisi humas BPPD Kota Tangerang, di antaranya:

1. Pekerja magang beberapa kali mengalami kesulitan untuk disetujui dan diunggah ke akun Instagram BPBD Kota Tangerang selama proses pembuatan konten hingga publikasi. Ini disebabkan oleh alasan manajer: warna konten, terutama video, tidak selaras dengan warna yang biasanya di edit dan diunggah oleh manajer.
2. Selama menjalani magang di divisi humas BPBD Kota Tangerang, pekerja magang menemukan beberapa kendala yang berkaitan dengan materi mata kuliah Media Relations & Publicity Effectiveness, seperti kurangnya arahan jelas dari supervisor mengenai tugas dan tanggung jawab, serta alur komunikasi yang kurang efektif antara pekerja magang dan tim humas.

3.4 Solusi Kendala Yang telah Ditemukan

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

1. Untuk mengatasi kendala perbedaan warna konten, khususnya video, yang tidak sesuai dengan preferensi manajer, pekerja magang menyusun panduan visual berdasarkan unggahan-unggahan sebelumnya yang telah disetujui. Panduan ini memuat tone warna dominan, gaya font, serta elemen visual khas yang biasa digunakan oleh BPBD Kota Tangerang. Selain itu, sebelum proses editing dimulai, pekerja magang berkonsultasi langsung dengan supervisor untuk meminta masukan terhadap draft awal konten, baik dari segi komposisi warna maupun gaya penyampaian visual. Dengan pendekatan ini, proses persetujuan konten menjadi lebih efisien, meminimalisir revisi, serta menunjukkan inisiatif dan penyesuaian terhadap standar visual lembaga.
2. Solusi atas kendala mengenai mata kuliah Media Relations & Publicity Effectiveness adalah dengan membangun komunikasi yang lebih aktif dan terbuka antara pekerja magang dan supervisor untuk memastikan arahan

dan tugas dapat dipahami dengan jelas. Selain itu, pekerja magang dapat mengambil inisiatif untuk meminta feedback secara rutin dan melakukan koordinasi lebih intensif dengan tim humas agar alur komunikasi menjadi lebih lancar. Pendekatan proaktif ini tidak hanya membantu mengatasi kebingungan dalam pelaksanaan tugas, tetapi juga memperkuat pemahaman serta keterlibatan dalam proses kerja, sehingga pengalaman magang menjadi lebih efektif dan bermanfaat.

