

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN MAGANG**

#### **3.1 Bidang Magang**

Praktikan saat ini bekerja sebagai *Public relations* di Badan Restorasi Gambut dan Mangrove Republik Indonesia (BRGM). Tujuan utama magang mereka adalah untuk membangun dan menjaga citra BRGM dengan menyebarkan informasi tentang restorasi gambut dan rehabilitasi mangrove melalui media sosial, serta melalui program Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) dari September hingga Desember 2024. Praktikan terlibat dalam pembuatan konten, kampanye media sosial, penulisan caption, serta memantau respons masyarakat dan pemberitaan terkait kinerja BRGM. Tugas ini juga mencakup penulisan press release dan esai guna memperkuat kemampuan menulis praktikan dalam menghadapi alur kerja sebagai *Public relations* pemerintah.

Tugas praktikan selama di BRGM tentunya mencakup pembuatan konten, penulisan caption Instagram, pembuatan berita, rekap pemberitaan, press release, pengelolaan kampanye media sosial, serta penyelenggaraan acara dari perencanaan hingga pelaksanaan. Praktikan juga belajar menangani krisis, memperoleh pengalaman komunikasi profesional, dan mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja. Sebagai lembaga nonstruktural yang fokus pada isu lingkungan, BRGM memiliki tanggung jawab dalam mengelola ekosistem gambut dan mangrove untuk menjaga keberlanjutan lingkungan, sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat dengan cara komunikasi yang efektif. Magang ini memberi praktikan kesempatan mempelajari enam mata kuliah relevan dengan Ilmu Komunikasi dan *Public relations*, yaitu Kerja profesional, seminar komunikasi, hukum dan etika profesi hubungan masyarakat, manajemen hubungan media massa, dan manajemen krisis, serta mengimplementasikan teori selama kuliah

Praktikan tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam komunikasi dan manajemen kampanye melalui magang ini, tetapi mereka juga memperoleh pemahaman tentang bagaimana teori-teori yang dipelajari di kelas dapat diterapkan dalam dunia kerja.

### 3.1.1 Hukum dan Etika Profesi Humas

Dalam dunia pers, etika sangat penting karena mengikuti prinsip-prinsip etis menjamin bahwa keputusan yang memengaruhi masyarakat dibuat dengan penuh tanggung jawab. Dalam pekerjaannya, PR membantu orang berbicara, membuat orang lebih memahami, dan membangun hubungan yang menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Praktisi PR harus sadar akan tanggung jawab sosial dan etika untuk melakukan tugas tersebut. Istilah "etika" berasal dari kata Yunani "ethos", yang berarti "kebiasaan" dan sebanding dengan "moralitas", yang berasal dari kata Latin "mos", yang berarti "adat istiadat." Kedua istilah tersebut menggambarkan sistem nilai yang mendasari bagaimana hidup dengan baik (Tysara, 2021; Santoso, 2022). Oleh karena itu, melanggar kode etik PR dianggap sebagai pelanggaran sumpah jabatan, yang dapat merusak reputasi dan kredibilitas profesi.

Kode etik dalam profesi PR bukan sekadar aturan yang mengikat, melainkan pedoman moral yang menjadi landasan bagi setiap keputusan dan tindakan seorang praktisi PR. Mematuhi kode etik menunjukkan penghormatan terhadap norma, tanggung jawab sosial, dan komitmen terhadap integritas profesi. Pelanggaran terhadap kode etik, seperti menyebarkan informasi yang tidak akurat atau menyesatkan, tidak hanya berdampak buruk pada reputasi organisasi tetapi juga pada hubungan jangka panjang dengan masyarakat. Seorang profesional PR harus senantiasa menjaga reputasi profesinya dengan menjalankan tugasnya secara jujur dan bertanggung jawab, karena kepercayaan publik adalah aset yang sangat penting dalam dunia PR.

Lebih jauh lagi, etika memainkan peran penting dalam menjaga transparansi dan akurasi informasi yang disampaikan kepada masyarakat. Praktisi PR memiliki tugas utama untuk memastikan bahwa setiap pesan atau informasi yang mereka sampaikan sesuai dengan fakta dan tidak menyesatkan. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan kepercayaan publik terhadap organisasi yang mereka representasi. Berita palsu dapat dengan cepat menyebar dan menyebabkan kesalahpahaman yang sulit diperbaiki di era komunikasi modern. Oleh karena itu, keterbukaan dalam komunikasi sangat penting untuk mempertahankan hubungan yang baik antara organisasi dan publiknya.

Selain itu, dalam menghadapi tantangan komunikasi yang semakin kompleks, seorang praktisi PR juga harus mampu menangani krisis komunikasi

dengan cepat dan efisien. Etika yang kuat akan memastikan bahwa informasi yang disampaikan dalam situasi krisis tetap akurat dan jelas, menghindari spekulasi yang dapat memperburuk keadaan. Praktisi PR harus memiliki keterampilan untuk mengelola pesan dengan bijaksana, memberikan klarifikasi, serta mengedepankan kepentingan publik tanpa mengorbankan reputasi organisasi.

Rosady Ruslan (2016) menyatakan bahwa, menurut buku Etika Kehumasan Konsep & Aplikasi, seorang profesional PR harus memiliki kemampuan untuk bertindak dan bekerja dengan pertimbangan yang matang dan akurat, sehingga mereka dapat membedakan dengan jelas apa yang benar dan apa yang salah dalam setiap tindakan mereka. Menurut Rosady Ruslan, pemahaman etika profesi harus menghasilkan empat kemampuan, yaitu:

- 1. Kemampuan kesadaran etis (ethical sensibility)**  
Dengan kemampuan ini, seorang PR dapat memperhatikan kepentingan profesi dengan cara yang lebih objektif daripada hanya berdasarkan subjektivitas. Kepentingan ini mencakup kemampuan seorang PR untuk mendahulukan kepentingan masyarakat luas daripada kepentingan pribadi saat menjalankan peranannya.
- 2. Kemampuan berpikir secara etis (ethical reasoning)**  
Seorang PR harus dapat berpikir secara etis, berwawasan luas, dan mempertimbangkan setiap tindakan atau keputusan dengan integritas pribadi, rasional, dan objektif.
- 3. Kemampuan berperilaku secara etis (ethical conduct)**  
Seorang profesional PR harus memiliki sikap, perilaku, etika moral, dan tata krama yang baik dalam berhubungan dengan orang lain; ini termasuk menghormati hak orang lain dan menghormati pendapat orang lain.
- 4. Kemampuan kepemimpinan yang etis (ethical leadership)**  
Seorang profesional PR harus memiliki kemampuan kepemimpinan etis untuk mengayomi, membimbing, dan membina orang lain yang dipimpinnya, dengan mempertimbangkan kritik dan pendapat untuk mencapai tujuan bersama.

### 3.1.2 Manajemen Hubungan Media Massa

Pada era informasi dan digital yang berkembang pesat, seorang profesional *Public relations* (PR) dihadapkan pada tantangan besar dalam menjaga konektivitas dan hubungan dengan berbagai pihak (Farabi, 2023). Tanggung jawab utama seorang profesional PR adalah membangun dan mempertahankan citra serta reputasi positif bagi organisasi atau perusahaan dengan memberikan informasi yang jelas kepada publik agar terjalin hubungan yang kuat, khususnya dengan media. Menurut Frank Jenkins (dalam Hidayat, 2014:69), hubungan media atau media relations adalah kegiatan untuk memperoleh publikasi atau penyiaran informasi PR secara maksimal, untuk memberikan pengetahuan dan menciptakan pemahaman bagi publik. Dalam menjaga hubungan yang baik, seorang PR juga memerlukan wadah atau saluran yang tepat, yakni media massa. Ini menunjukkan bahwa media massa merupakan bidang yang penting dalam perusahaan, karena media berfungsi sebagai saluran yang dapat menghubungkan investor, distributor, dan konsumen serta menyebarkan informasi tentang citra perusahaan (Syahputra, 2019).

Dalam menjalankan hubungan dengan media, profesional PR harus memiliki strategi komunikasi yang terencana, berkelanjutan, dan berbasis pada analisis kebutuhan serta ekspektasi media. Hal ini mencakup penyediaan informasi yang relevan, tepat waktu, dan sesuai dengan format yang diinginkan oleh media, seperti siaran pers, wawancara eksklusif, atau konferensi pers. Selain itu, kepedulian terhadap masalah yang sedang muncul di masyarakat juga menjadi aspek penting untuk memastikan bahwa pesan organisasi dapat beresonansi dengan publik melalui media. Sebagai mitra, media memberikan PR kesempatan untuk membangun narasi yang kuat dan kredibel, sehingga meningkatkan reputasi organisasi sekaligus memberikan nilai tambah bagi masyarakat. Interaksi yang harmonis dengan media tidak hanya memperkuat hubungan profesional, tetapi juga menciptakan peluang komunikasi yang lebih luas, strategis, dan berkelanjutan bagi organisasi.

Dengan demikian, hubungan antara media dan institusi, dalam hal ini melalui PR, seharusnya lebih menjadi kolaborasi yang baik daripada menjadi persaingan yang ketat (Seitel, 2015). Kolaborasi di sini berarti saling mendukung dan membantu, di mana media massa dapat membantu PR dalam menjalankan berbagai aktivitasnya. Oleh karena itu, penting bagi kedua belah pihak untuk

bekerja sama dengan baik, mengingat bahwa praktisi PR dan media biasanya memiliki hubungan bisnis yang saling menguntungkan. Dilansir dari situs resmi humasindonesia.id pada tahun 2023, terdapat empat aktivitas yang dapat dilakukan oleh PR dalam membangun hubungan dengan media.

**1. Konferensi Pers**

Konferensi pers adalah acara resmi yang diselenggarakan oleh pihak humas atau organisasi untuk memberikan informasi yang penting kepada media massa. Dalam acara ini, humas dan media berkumpul untuk menjelaskan berbagai agenda atau masalah yang sedang berlangsung, baik itu terkait dengan kebijakan, produk baru, peristiwa penting, ataupun isu tertentu yang perlu mendapatkan perhatian publik. Konferensi pers memungkinkan humas untuk menyampaikan pesan langsung kepada wartawan dan jurnalis, yang kemudian akan disebarkan ke masyarakat luas.

**2. Wisata Pers**

Wisata pers adalah kesempatan yang diberikan kepada wartawan untuk mengikuti perjalanan dinas pejabat atau pimpinan perusahaan dalam rangka meliput acara atau kegiatan tertentu. Dalam kesempatan ini,

**3. Resepi Pers**

Resepsi pers adalah acara yang mempertemukan wartawan dengan pihak perusahaan atau humas dalam suatu kegiatan, baik yang bersifat resmi maupun tidak resmi. Tujuan dari acara ini adalah untuk memperkuat hubungan antara perusahaan, humas, dan media. Resepsi pers sering diselenggarakan pada momen-momen khusus, seperti perayaan buka puasa bersama, Natal, atau Tahun Baru, sebagai kesempatan untuk berinteraksi dengan lebih santai dan akrab.

**4. Taklimat Pers**

Taklimat pers adalah acara resmi yang diadakan secara rutin oleh organisasi atau perusahaan, yang mencakup sesi tanya jawab atau diskusi untuk pertukaran informasi antara pihak terkait. Kegiatan ini juga berfungsi sebagai sarana bagi PR untuk menghubungkan perusahaan dengan media dan publik.

### 3.1.3 Manajemen Krisis

Krisis adalah isu atau masalah yang mengharuskan perusahaan mengambil langkah cepat dan tepat untuk mengatasinya. Menurut Harvard Business Review (dalam Seitel, 2016:364), krisis adalah situasi kritis yang membutuhkan intervensi dramatis untuk mencegah atau memperbaiki kerusakan besar. Seitel juga menyatakan bahwa ketika pemilik perusahaan menyebut suatu masalah sebagai krisis, maka masalah itu adalah krisis. Krisis pastinya berkaitan dekat dengan profesi *Public relations* (PR), karena PR sering membantu pihak yang berada dalam krisis dan memperoleh keuntungan besar dari proses penanganannya. Dalam beberapa tahun terakhir, praktik PR menjadi semakin penting seiring pesatnya perkembangan internet dan media sosial. Sehingga penting bagi profesi PR untuk dapat memprediksi dan mengetahui sebuah krisis dan bagaimana cara untuk mengatasi krisis tersebut. Manajemen krisis tidak hanya sekadar tanggapan reaktif terhadap masalah, tetapi juga merupakan pendekatan yang proaktif dan terorganisir untuk menangani serta mengatasi situasi darurat (PPM SoM, 2024).

Pada akhirnya, dengan memahami pentingnya manajemen krisis, sebuah perusahaan mampu merespons, mengantisipasi, meminimalkan, dan bahkan menghentikan krisis dengan baik. Manajemen krisis yang efektif membantu menjaga reputasi perusahaan, meminimalkan dampak negatif, dan memastikan kelangsungan operasi. Suatu krisis umumnya terjadi akibat ketidakseimbangan besar yang menyebabkan dampak negatif terhadap keberlanjutan hidup organisasi. Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam mengidentifikasi potensi krisis dan mengambil langkah preventif sangatlah penting untuk mengurangi risiko yang mungkin timbul.

Krisis juga memiliki tahapan yang membantu organisasi mengukur dan mengelola tingkat keparahannya. Tahapan tersebut meliputi *Pre-crisis* sebagai tahap antisipasi dan perencanaan, *Warning* sebagai sinyal peringatan awal, *Acute Crisis* sebagai puncak krisis yang membutuhkan respons cepat, *Clean-up* sebagai tahap pemulihan dan penanganan dampak, serta *Post-crisis* yang berfokus pada evaluasi dan pembelajaran untuk mencegah terulangnya krisis serupa. Dengan memahami dan menerapkan setiap tahapan ini, organisasi dapat mengelola krisis secara lebih terstruktur dan strategis.

### 3.1.4 Seminar Komunikasi

Mata kuliah yang disebut seminar komunikasi membahas topik-topik komunikasi secara menyeluruh. Mata kuliah ini memberikan pemahaman, pengetahuan, teori, praktik, analisis, dan evaluasi yang diperlukan untuk menyusun proposal penelitian untuk skripsi. Tidak hanya mata kuliah ini sangat erat kaitannya dengan penelitian, tetapi juga bagaimana mahasiswa memahami fenomena dan melakukan penelitian. Dalam bukunya yang berjudul *Metodologi Penelitian untuk Public relations Kuantitatif dan Kualitatif* (2019), Ardianto menjelaskan bahwa istilah "penelitian", "pengkajian", "penelitian", "penyelidikan", "analisis", atau "penelitian." Istilah-istilah ini mengacu pada proses yang dilakukan secara sistematis untuk menemukan jawaban atas masalah atau menemukan informasi baru yang bermanfaat bagi masyarakat. Penelitian adalah alat penting untuk mempelajari berbagai fenomena dan memahami kompleksitas masalah yang dihadapi oleh orang atau organisasi.

Dalam dunia praktis, hasil penelitian memiliki nilai yang sangat signifikan, khususnya dalam menemukan teori yang dapat diterapkan secara praktis oleh *Public relations* (PR). Hasil penelitian, misalnya, dapat digunakan untuk menyusun strategi dan taktik komunikasi yang lebih efektif. Strategi dan taktik yang berkembang dari penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk membuat kampanye media sosial yang mendukung kemajuan perusahaan (Ardianto, 2019). Akibatnya, penelitian tidak hanya membantu pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi juga membantu praktik kehumasan.

Ketika ingin melakukan penelitian tentunya ada beberapa hal yang harus diketahui oleh profesi PR sehingga keberhasilan penelitian menjadi hal yang berguna bagi PR:

#### 1. Memahami Prinsip dan Etika Penelitian

Dalam pengembangan pengetahuan yang berguna bagi masyarakat, etika dan prinsip-prinsip penelitian harus dipatuhi. Menurut jurnal *Creativepreneurship Binus University* (2020), peneliti harus menghormati hak subjek penelitian, baik manusia maupun hewan, mencegah penipuan dan plagiarisme yang merusak reputasi peneliti dan lembaga, meningkatkan kepercayaan publik untuk memastikan dukungan di masa depan, serta menjamin validitas dan reliabilitas hasil penelitian dengan menggunakan metode yang benar dan data yang valid.

## **2. Menentukan Rumusan Masalah dan Menyusun Kerangka Berpikir**

Menentukan rumusan masalah adalah langkah penting dalam penelitian, menjadi pedoman agar penelitian tetap berjalan dengan benar. Rumusan masalah, meskipun sering diremehkan, memiliki fungsi penting dalam kegiatan penelitian dan penulisan artikel ilmiah (Alisa, 2022). Selain sebagai langkah awal, rumusan masalah membantu menemukan solusi selama penelitian.

Kerangka berpikir, yang disusun dari kebenaran, observasi, dan kajian pustaka, mencakup teori, dalil, atau konsep-konsep yang menjadi acuan penelitian, serta menjelaskan variabel-variabel yang relevan untuk menjawab permasalahan penelitian (Syahputri, Fellina, Syafitri, 2023). Secara sederhana, kerangka berpikir adalah ringkasan yang memberikan gambaran umum mengenai alur penelitian.

## **3. Memahami Paradigma dan Metodologi Penelitian Komunikasi**

Paradigma penelitian merupakan seperangkat keyakinan yang berfungsi sebagai panduan bagi para ilmuwan dalam disiplin ilmu tertentu. Panduan ini memengaruhi bagaimana ilmuwan menentukan fokus penelitian, metode yang digunakan, serta cara menafsirkan hasil penelitian (Rakhmawati, 2019). Dalam konteks penelitian komunikasi, terdapat empat paradigma utama yang menjadi landasan dalam pendekatan penelitian: konstruktivisme, positivisme, postpositivisme, dan paradigma kritis. Masing-masing paradigma ini memberikan perspektif yang berbeda dalam memahami realitas sosial dan isu-isu yang muncul. Positivisme menekankan pada pengamatan yang objektif dan pengukuran yang dapat diverifikasi, konstruktivisme lebih berfokus pada makna yang dibangun melalui interaksi sosial, postpositivisme menawarkan kritik terhadap positivisme dengan menerima ketidakpastian dalam pengetahuan, sedangkan paradigma kritis bertujuan untuk mengungkapkan realitas yang tersembunyi dan membangun kesadaran sosial tentang ketidakadilan (Rakhmawati, 2019).

### 3.1.5 Kerja Profesi

Di era digital, keterampilan menjadi pertimbangan utama dalam memasuki dunia kerja, memberikan tantangan dan kesempatan bagi mahasiswa untuk membuktikan diri. Keterampilan adalah kemampuan seseorang untuk menunjukkan perilaku fungsional yang berkaitan dengan tujuan kerja (Gischa, 2024). Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) menciptakan mata kuliah Kerja Profesi (KP) untuk menyiapkan mahasiswa terjun langsung ke dunia kerja. KP merupakan prasyarat utama bagi mahasiswa untuk menyelesaikan studi S1, dilakukan di luar kampus setelah memperoleh bekal keilmuan yang cukup (Universitas Pembangunan Jaya, 2021).

Banyak mahasiswa memiliki kesempatan untuk menerapkan teori yang mereka pelajari di kelas ke dunia kerja industri nyata berkat mata kuliah ini. Dengan meningkatkan keterampilan mereka dalam situasi dan lingkungan kerja nyata, siswa dapat memperoleh pemahaman teoritis serta pengalaman praktis yang relevan dengan bidang yang mereka minati. Melalui Kerja Profesi, mahasiswa memiliki kesempatan untuk menguji kemampuan mereka dengan bekerja langsung di perusahaan sebagai mitra atau sebagai tempat magang. Ini menjadi langkah penting untuk mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan dunia profesional setelah lulus.

Salah satu mata kuliah yang disebut "Kerja Profesi" bertujuan untuk mendorong siswa untuk belajar tidak hanya secara teoritis, tetapi juga untuk menggunakan apa yang mereka pelajari dalam kehidupan nyata. Mata kuliah ini memberikan siswa kesempatan untuk menerapkan ide-ide akademis ke dalam lingkungan kerja nyata, memungkinkan mereka untuk menyaksikan langsung dinamika dan kesulitan yang ada di tempat kerja mereka.

Dalam proses pelaksanaannya, teori-teori yang telah dipelajari menjadi panduan penting agar mahasiswa tetap fokus pada bidang peminatan masing-masing. Dengan demikian, mahasiswa dapat mengembangkan keahlian spesifik yang relevan dengan tujuan karier mereka, sekaligus membangun keterampilan praktis yang dibutuhkan untuk memasuki dunia profesional.

Mata kuliah KP disesuaikan dengan peminatan dan posisi yang diambil, memastikan pengimplementasian teori berjalan dengan baik. Mahasiswa tidak hanya belajar teori, tetapi juga mendapatkan pengalaman praktis yang berharga, yang memperkaya wawasan dan meningkatkan daya saing di pasar kerja.

Keterampilan terdiri dari dua komponen utama: *Soft skill* dan *hard skill* berbeda. *Soft skill* penting untuk membangun hubungan baik dengan kolega, atasan, dan klien serta memimpin tim secara efektif, sedangkan *hard skill* adalah kemampuan yang diperoleh melalui pendidikan dan tugas-tugas yang dapat ditingkatkan melalui latihan berkelanjutan (Santoso, 2024).

Penguasaan kedua keterampilan ini sangat penting untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja yang kompetitif. UPJ berkomitmen untuk mendukung mahasiswa dalam mengembangkan kompetensi yang relevan dengan kebutuhan industri saat ini. Menurut Jurnal Indonesia of Community Services oleh Tanjung, Harahap, dan Siboro (2023), ada tiga tahapan yang dilalui praktisi saat menjalani proses magang.

#### **1. Tahap Awal / Pengenalan**

Pada minggu pertama magang, para pemagang biasanya akan melalui proses perkenalan melalui interaksi dengan supervisor dan karyawan di kantor. Tujuan dari perkenalan ini adalah untuk menyambut mahasiswa dan memperkenalkan mereka pada lingkungan kantor. Praktisi magang perlu mempersiapkan diri pada fase awal, di mana pandangan pertama terhadap perusahaan biasanya hanya mencakup aspek-aspek dasar. Pada tahap awal ini, sering kali ada pembekalan sebagai bagian dari pengetahuan awal tentang organisasi atau perusahaan. Mahasiswa baru dapat mengubah dan memperbaiki pandangan awal tersebut selama tahap kedua, yaitu proses orientasi dan pelatihan.

#### **2. Tahap Pelaksanaan Kerja**

Tahapan pelaksanaan kerja merupakan tahapan krusial dalam program magang, di mana setelah mahasiswa mengenal perusahaan dengan baik, mereka akan langsung melakukan pekerjaan sesuai dengan posisi yang dilamar. Pada tahap ini, mahasiswa akan mempelajari dan mengimplementasikan teori yang telah dipelajari selama kuliah. Pekerjaan awal yang dilakukan biasanya dimulai dengan briefing atau arahan dari mentor mengenai cara pekerjaan akan dilakukan. Selanjutnya, peserta magang akan menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan oleh mentor, baik secara kelompok maupun individu. Pada titik ini, mahasiswa magang akan mempelajari cara mengatasi konflik, mencari metode yang efisien dan produktif untuk menyelesaikan pekerjaan, memperoleh pengetahuan baru,

memperluas hubungan, serta menciptakan relasi positif dengan rekan kerja.

### **3. Tahapan Akhir/Evaluasi**

Setelah menyelesaikan dua tahap sebelumnya, tahap berikutnya yang harus dilalui oleh praktikan adalah evaluasi. Evaluasi merupakan langkah terakhir yang sangat penting untuk menilai dan mengukur sejauh mana keberhasilan program yang telah dijalankan. Kata "evaluasi" sendiri berasal dari bahasa Inggris "evaluation," yang memiliki arti sebagai penilaian atau pengukuran. Secara umum, evaluasi adalah proses untuk menentukan nilai atau kualitas suatu kegiatan atau objek berdasarkan acuan tertentu dengan tujuan untuk mengetahui apakah tujuan yang ditetapkan telah tercapai sesuai dengan rencana yang diharapkan (Kurnia, 2022). Dalam konteks magang, evaluasi menjadi langkah penting yang memungkinkan untuk mengetahui apakah program magang tersebut efektif dalam memberikan pembelajaran dan pengalaman yang bermanfaat bagi praktikan.

Pada tahapan evaluasi ini, berbagai aspek akan dibahas, termasuk sejauh mana pelaksanaan program magang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Tidak hanya itu, evaluasi juga mencakup pengidentifikasian hambatan atau tantangan yang dihadapi praktikan selama menjalani program magang. Di akhir proses ini, mentor akan memeriksa dan mengevaluasi seluruh berkas pendukung yang berkaitan dengan kegiatan magang dan memberikan penilaian terkait pencapaian praktikan.

Selain itu, sertifikat atau surat keterangan resmi juga akan diberikan sebagai tanda bahwa praktikan telah menyelesaikan program magang dengan baik dan memenuhi semua tanggung jawab yang telah ditentukan. Sertifikat ini tidak hanya menjadi bentuk apresiasi atas dedikasi dan usaha yang telah diberikan selama masa magang, tetapi juga berfungsi sebagai pengakuan resmi atas kompetensi dan pengalaman yang telah diperoleh. Dokumen ini dapat menjadi nilai tambah yang signifikan bagi praktikan dalam menunjang pengembangan kariernya di masa depan, terutama sebagai bukti nyata kontribusi dan keahlian yang telah diterapkan selama program berlangsung.

## **3.2 Pelaksanaan Magang**

### **3.2.1 Hukum & Etika Profesi Humas**

Seorang professional *Public relations* sejatinya memiliki banyak aturan-aturan yang harus dipatuhi dan dipahami secara seksama. Karena pekerjaan PR berhubungan dengan penyediaan dan penginformasian hal-hal terkait perusahaan kepada pihak internal maupun eksternal perusahaan maka, Praktikan dalam melaksanakan pekerjaan tentunya berlandaskan hukum dan etika yang ada di BRGM. Dalam melakukan Analisa serta pembuatan konten dan media monitoring tentunya ada dasar-dasar yang perlu diperhatikan sebelum pembuatan konten. Salah satu dasar yang wajib diperhatikan semua staff BRGM adalah tunduk pada aturan langsung Presiden Republik Indonesia yang tertuang dalam Perpres No.120/200, terkait memfasilitasi perbaikan gambut dan mangrove. Selain itu juga dengan maksud penyebarluaskan informasi dalam bentuk konten dan video harus berdasarkan hukum dan etika yang berlaku di BRGM dan harus ditaati secara bersama-sama

Selain itu sebagai lembaga non-struktural, aturan-aturan tersebut kuat mengikat praktikan untuk tunduk pada etika dan hukum sebagai *Public relations* dalam membangun citra baik BRGM, dengan cara pembuatan Konten-konten media sosial. Salah satunya dengan dasar Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID), Undang-undang Nomor 14 tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik menjadi dasar lainnya praktikan dalam mematuhi etika dan hukum dalam penyebar luasan informasi dalam hal ini adalah konten untuk media sosial dalam bentuk foto dan video.

#### **1. Kemampuan Profesional PR dan Penerapannya dalam Hukum & Etika Profesi di Badan Restorasi Gambut dan Mangrove (BRGM)**

Kesadaran etis sangat penting bagi PR, yang harus mengutamakan kepentingan masyarakat dan transparansi informasi. Setiap pesan harus disampaikan dengan jelas dan tanpa merugikan pihak lain, seperti dalam penyebarluasan informasi tentang program restorasi gambut dan rehabilitasi mangrove di BRGM. Kemampuan berpikir etis juga diperlukan, dengan PR harus bertindak rasional, objektif, dan penuh integritas. Setiap konten harus mengikuti arahan BRGM dan diperiksa oleh mentor untuk kesesuaian dengan tujuan organisasi. Selain itu, PR di BRGM wajib berperilaku etis dengan mengikuti etika organisasi, aturan berpakaian, dan

prosedur protokoler saat berinteraksi dengan media dan mitra. Kemampuan kepemimpinan yang etis juga penting, di mana PR memimpin tim dengan membina hubungan baik dengan media, mendorong keterlibatan aktif, dan memastikan saluran komunikasi terbuka untuk melaporkan pelanggaran etika. Semua prinsip etika ini diterapkan dalam budaya kerja BRGM, memastikan informasi yang disebarluaskan akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

## **2. Implementasi Konsep Kebenaran dalam Etika Humas Badan Restorasi Gambut dan Mangrove (BRGM)**

Pada saat menjalankan tugas di BRGM, praktikan menerapkan lima pilar etika utama. Pilar pertama, Kebenaran (Veracity), praktikan menyampaikan informasi dengan cepat, jelas, dan akurat, serta memberikan klarifikasi untuk menjaga kepercayaan publik. Pilar kedua, Melindungi Audiens (Non-maleficence), memastikan penyebaran informasi dilakukan dengan benar, menghindari penyalahgunaan informasi, serta memantau media sosial untuk mencegah kerugian, dengan BRGM menyediakan layanan pengaduan melalui PPID. Pilar ketiga, Kerahasiaan (Confidentiality), menjaga keamanan data pribadi dan informasi internal dengan sistem enkripsi dan keamanan tinggi. Pilar keempat, Kemurahan Hati (Beneficence), BRGM memberikan manfaat kepada masyarakat dengan konten edukasi dan program sukarelawan yang mengedukasi tentang restorasi gambut dan rehabilitasi mangrove. Pilar kelima, Keadilan (Fairness), menyampaikan informasi secara adil dan merata kepada semua pemangku kepentingan, mendukung visi BRGM dengan informasi yang transparan dan merata.

## **3. Hak dan Kewajiban yang Dijalankan Hubungan Masyarakat Badan Restorasi Gambut dan Mangrove (BRGM)**

Selama menjalankan peran sebagai PR di BRGM, praktikan memiliki hak dan kewajiban terkait akses informasi. Tim humas diberikan jalur informasi relevan untuk mendukung tugas dengan efektif. Dukungan manajemen juga memastikan akses informasi yang diperlukan untuk merancang strategi komunikasi yang sesuai dengan visi BRGM. Hak lainnya meliputi kebebasan berinteraksi dengan pemangku kepentingan, seperti mitra kerja, kelompok kerja internal, masyarakat, dan media, untuk membangun

kolaborasi demi tujuan komunikasi BRGM. Sebagai bagian dari tanggung jawabnya, PR BRGM harus mengajukan permintaan data atau informasi kepada unit kerja terkait (D3) untuk materi promosi dan publikasi. PR juga bertugas mengoordinasikan pemberitaan kegiatan BRGM dengan media agar dapat dipublikasikan luas. Setelah publikasi, tim PR melakukan monitoring pemberitaan untuk mengevaluasi jumlah dan cakupan berita, serta analisis tanggapan masyarakat terhadap kinerja BRGM. Hasil evaluasi digunakan untuk menyusun langkah strategis dalam membangun citra positif BRGM di mata pemangku kepentingan dan masyarakat. Selain itu, tim PR BRGM juga bertanggung jawab dalam pembuatan materi komunikasi seperti press release, news release, dan esai, yang disusun sesuai panduan penulisan BRGM. Tugas ini menekankan peran PR dalam memastikan transparansi informasi, menjaga hubungan baik dengan mitra kerja dan masyarakat, serta mempromosikan program restorasi gambut dan rehabilitasi mangrove secara efektif.



**Gambar 3.1 Proses Pembuatan Press Release (30/10/2024)**  
 Sumber: Dok internal praktikan

Pada bagian ini, praktikan ditugaskan untuk membuat Press Release mengenai kegiatan *Youth mangrove action 2024*, yang disusun sesuai dengan aturan dan arahan dari mentor, serta memperhatikan kaidah penulisan dan struktur yang telah ditetapkan oleh BRGM. Press Release ini nantinya akan diberikan kepada staf humas (mentor) untuk memeriksa kesesuaian isi dan penulisan dengan konteks kegiatan serta visi dan misi BRGM. Hal ini penting untuk menjamin bahwa data yang disampaikan dalam press release sesuai dengan tujuan dan arah

organisasi, serta mudah dipahami oleh publik. Jika ada revisi, perbaikan akan dilakukan hingga siap untuk diserahkan kepada media.

Selain itu, tim PR BRGM juga membuat surat undangan yang sesuai dengan ketentuan dan arahan dari staf, dengan memperhatikan dasar-dasar pembentukan BRGM. Surat undangan ini perlu memiliki struktur dan bahasa yang jelas dan formal, agar dapat memberikan kesan profesional kepada penerima undangan. Sebagai bagian dari proses komunikasi yang baik, surat undangan ini akan digunakan untuk mengundang pihak-pihak yang relevan dalam acara atau kegiatan yang diselenggarakan oleh BRGM.

Salah satu tugas penting lainnya adalah pembuatan notulensi kegiatan, seperti notulensi untuk kegiatan Media Gathering 2024 antara BRGM dan media nasional maupun lokal. Notulensi ini berfungsi untuk mendokumentasikan jalannya kegiatan secara tertulis dan memastikan bahwa setiap poin penting dari diskusi dapat direkam dengan akurat. Proses pembuatan notulensi ini sangat penting untuk menjaga kejelasan informasi yang disampaikan, serta menjadi referensi bagi pihak terkait di kemudian hari.

Semua dokumen tersebut disusun mengikuti kaidah penulisan BRGM dan akan diserahkan kepada pihak media untuk memastikan penyampaian informasi yang tepat dan profesional. Selama pembuatan dokumen, tentunya perlu adanya koordinasi antara praktikan dan mentor sebelum diberikan kepada media agar tidak terjadi kesalahan dalam penulisan dan penyampaian informasi. Hal ini bertujuan agar pihak media mendapat kejelasan informasi yang jelas dan benar, sehingga dapat menyampaikan pesan dari BRGM dengan tepat.

Selain itu, proses pembuatan dokumen tersebut juga melibatkan pemahaman yang mendalam dan menyeluruh mengenai audiens yang akan menerima informasi. Praktikan tidak hanya perlu memahami kebutuhan audiens tetapi juga harus memperhatikan berbagai detail penting dalam penyusunan dokumen, baik itu dalam hal gaya penulisan, pemilihan kata yang tepat, maupun penyajian informasi yang disesuaikan dengan karakteristik media atau platform yang akan menerima dokumen tersebut. Semua aspek ini bertujuan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik, relevan, dan efektif dalam mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

### **3.2.2 Manajemen Hubungan Media Massa**

Era digitalisasi yang berkembang pesat membuat profesi *Public relations* (PR) sangat erat dengan media. *Public relations* bersama media menjadi dua bagian penting yang saling tumpang tindih dan bekerjasama sebagai aktivitas komunikasi (Syahputra, 2019). PR membutuhkan media untuk publikasi informasi kepada masyarakat umum. Manajemen Hubungan Media Massa dianggap krusial untuk membangun, memelihara, dan menciptakan hubungan baik dengan media. Selama magang di Badan Restorasi Gambut dan Mangrove (BRGM), praktikan sering berhubungan langsung dengan mitra, mengingat BRGM harus melapor kepada Presiden dan memberikan informasi kepada masyarakat. Praktikan mengimplementasikan tugas PR dalam manajemen hubungan media massa, di antaranya:

#### **1. Menyelenggarakan Media Gathering serta Mengelola Hubungan dengan Jurnalis dan Mitra Lain**

Media Gathering adalah kegiatan rutin yang dilakukan perusahaan atau lembaga untuk berinteraksi dengan jurnalis. Acara ini bertujuan untuk membangun hubungan antara perusahaan dan media (RedVoice Indonesia, 2020). BRGM, sebagai lembaga yang memerlukan mitra kerja media, melaksanakan Media Gathering sebagai bagian dari tugas PR. Tahun ini, praktikan berkesempatan mengikuti kegiatan Media Gathering yang dilaksanakan pada empat provinsi di Indonesia, kegiatan yang dilakukan di Sumut, Riau, Kaltim, dan Kaltara ini dihadiri oleh media nasional seperti Liputan 6, DAAI TV, TVRI, Sin Po TV, dan media lokal. Salah satu topik yang dibahas adalah "Peran dan Kolaborasi Sinergitas Antar Lembaga dalam Percepatan Rehabilitasi Mangrove," untuk memberikan pemahaman kepada jurnalis tentang M4CR (Mangroves for Coastal Resilience), sebuah program rehabilitasi mangrove di Indonesia yang didanai oleh World Bank. Tim PR BRGM mengundang jurnalis untuk keperluan publikasi mengenai restorasi mangrove di provinsi target.

#### **2. Mengelola Platform media sosial dan Hubungan Media di BRGM RI**

Sebagai praktikan di BRGM, salah satu tugas utama adalah mengelola media sosial organisasi. BRGM menyebarluaskan informasi kepada masyarakat dengan menggunakan berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube. Tim *Public relations*

(PR) BRGM harus merancang dan mengelola konten dengan cermat dan strategis agar pesan dapat diterima dan dipahami dengan baik.

Sebagai praktikan, saya turut andil dalam pembuatan *content plan* bulanan yang menjadi panduan aktivitas media sosial BRGM. Dalam satu minggu, kami secara konsisten mengunggah tiga kali di Instagram, dengan beberapa jenis konten yang saya kembangkan selama masa magang, seperti:

- a. Hari Raya – Konten khusus untuk memperingati hari-hari besar nasional maupun internasional.
- b. Nolistime – Berisi cerita menarik seputar kegiatan BRGM.
- c. Nolpedia – Memberikan pengetahuan terkait isu gambut dan mangrove.
- d. True or False – Konten interaktif yang mengajak audiens untuk menjawab pertanyaan seputar lingkungan.
- e. Noli Quotes – Mengangkat kutipan inspiratif yang relevan dengan misi BRGM.
- f. Nolitalks – Konten diskusi yang mendalam dan informatif.

Selama masa magang, saya telah berhasil membuat lebih dari 22 konten untuk Instagram BRGM. Jadwal unggahan disusun secara strategis, dengan pola sebagai berikut:

- a. Senin: *Nolpedia*, yang menghadirkan informasi edukatif terkait pengetahuan gambut dan mangrove.
- b. Rabu: *True or False*, konten kuis yang meningkatkan interaksi dengan audiens.
- c. Jumat: *Noli Quotes*, yang berisi kutipan inspiratif untuk memotivasi masyarakat.

Namun, jadwal ini bersifat fleksibel dan dapat disesuaikan kembali berdasarkan kebutuhan atau hasil dari *content plan*. Selain membuat konten, saya juga bertanggung jawab dalam menyusun *caption* untuk setiap unggahan. *Caption* dirancang agar menarik perhatian, mudah dipahami, dan relevan dengan audiens, sehingga mampu mendukung tujuan dari setiap konten yang diunggah. Melalui pengalaman ini, saya tidak hanya belajar menyusun strategi komunikasi yang efektif tetapi juga mengasah kemampuan untuk menghadirkan pesan yang kreatif dan informatif kepada masyarakat luas. Terakhir dalam menjalankan tugas

sebagai PR, praktikan juga membuat design untuk *champaign* media sosial sebagai bagian dari tugas dan tanggungjawab. Divisi *Public relations* (PR) di BRGM memiliki komitmen tinggi untuk menjaga konsistensi serta kualitas dalam pengelolaan media sosial. Salah satu langkah strategis yang rutin dilakukan adalah menyusun *content plan* bulanan.



**Gambar 3. 2 Contoh Konten BRGM**  
Sumber: Dok. Internal BRGM

Selama menjalani masa magang di BRGM, pembuatan konten menjadi fokus paling utama yang praktikan jalankan. Dalam kurun waktu magang, saya berhasil membuat lebih dari 22 konten feeds dan 2 konten video untuk media sosial BRGM. Setiap konten yang dibuat tidak hanya berfokus pada aspek visual, tetapi juga pada kualitas informasi yang disampaikan, dengan memperhatikan elemen penting seperti isi pesan, sumber data yang kredibel, penggunaan tone warna yang selaras, penyertaan logo BRGM, serta memastikan setiap konten informatif dan relevan dengan topik Restorasi Gambut dan Rehabilitasi Mangrove. Pembuatan caption juga menjadi elemen pendukung penting, yang dirancang untuk melengkapi konten dengan penjelasan yang sesuai tema, memudahkan audiens memahami pesan, dan menjaga konsistensi gaya komunikasi BRGM. Proses pembuatan konten mengikuti alur terstruktur yang dimulai dengan riset dan brainstorming ide bersama mentor untuk menggali konsep kreatif.

### 3. Monitoring Terhadap Pemberitaan di Media Eksternal

Selama magang sebagai *Public relations* di BRGM, salah satu tugas utama saya adalah melakukan monitoring pemberitaan dari Media Nasional seperti Kompas.com, Antarnes.com, inews.com dan media nasional lainnya yang sering berkolaborasi dengan BRGM dan juga media Lokal seperti Tribunnews Sumut, Kalimantan, Jawa dan lainnya. Sebagai lembaga di bawah naungan Presiden, BRGM sering menjadi sorotan media terkait kinerja dan program-programnya. Monitoring ini bertujuan untuk memantau pemberitaan, memahami opini publik tentang program restorasi gambut.

No	Media	Judul	Tipe	Media Lokal	Media Nasional	No	Judul	Tipe	Media Lokal	Media Nasional
1	Kompas.com	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com	1	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com
2	Kompas.com	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com	2	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com
3	Kompas.com	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com	3	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com
4	Kompas.com	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com	4	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com
5	Kompas.com	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com	5	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com
6	Kompas.com	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com	6	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com
7	Kompas.com	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com	7	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com
8	Kompas.com	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com	8	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com
9	Kompas.com	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com	9	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com
10	Kompas.com	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com	10	Presiden Jokowi Dukung Restorasi Gambut dan Mangrove di Kalimantan Tengah	Nasional		Kompas.com

Gambar 3.3 Media Monitoring  
Sumber: Dok. Internal BRGM

Sejak memulai magang pada September 2024, praktikan bertugas untuk menyusun weekly monitoring pemberitaan menggunakan Google Search. Tugas ini bertujuan untuk memantau dan menganalisis berita terkait isu gambut, mangrove, dan topik terkait lainnya. Selama periode magang, praktikan telah berhasil mengidentifikasi lebih dari 130 berita yang relevan untuk dianalisis dan dipantau secara rutin.

Hingga Desember 2024, praktikan telah menganalisis berita-berita tersebut berdasarkan beberapa kriteria penting. Kriteria yang digunakan dalam analisis meliputi skala pemberitaan (apakah bersifat nasional atau lokal), jenis media yang digunakan (seperti *online* atau media lainnya), tone pemberitaan (apakah positif, netral, atau negatif), dan topik utama.

### 3.2.3 Manajemen Krisis

Manajemen krisis merupakan sebuah proses yang mana perencanaan dan pelaksanaan perilaku yang dibutuhkan dalam mengatasi situasi yang tidak terduga serta krisis juga situasi yang paling dihindari oleh suatu perusahaan, krisis dikenal mulai dari skala kecil, sedang, dan besar memiliki dampak yang berpengaruh kepada perusahaan (Nurhasanah, 2024). Krisis secara tidak langsung dapat membuat kestabilan suatu perusahaan menjadi terganggu. Profesi PR adalah salah satu profesi yang hidup berdampingan dengan krisis. PR dianggap sebagai pawang krisis, PR entah bekerja dibidang manapun tetap ahlinya dalam mengatasi krisis. Seiring dengan kebutuhan PR yang semakin luas, profesi PR tidak hanya membangun citra baik perusahaan saja melainkan mampu bekerja dengan standar dan prosedur yang benar, apalagi menyangkut Tindakan-tindakan terkait dengan *crisis handling* (Tim Wesfix, 2018)

Selama praktikan melakukan magang kerja profesi di BRGM, sebenarnya belum ada Krisis yang berarti. Sejauh ini sejak magang dimulai dari September 2024 hingga saat ini Desember 2024 situasi di BRGM berjalan dengan baik. Namun praktikan selalu berada dalam alur penyelesaian berbagai krisis-krisis kecil seperti *hate comment* di sosial media selalu menyelesaikan dengan tahap analisis evaluasi yang praktikan terapkan sesuai dengan CPMK mata kuliah di UPJ.

Namun tentunya, tim PR BRGM juga selalu mempunyai cara ketika krisis itu muncul. Dalam beberapa kasus sebelumnya, BRGM pernah mendapatkan berita negatif. Salah satu contohnya adalah pada tahun 2022, ketika BRGM menghadapi permasalahan terkait kurangnya evaluasi dari berbagai proyek pendukung restorasi gambut dan rehabilitasi mangrove di wilayah target seperti Pulau Kalimantan dan Pulau Sumatra. Berita tersebut menjadi perhatian, mengingat pentingnya keberlanjutan dan dampak positif dari setiap program yang telah direncanakan dan dijalankan.

Menjelang akhir masa BRGM, praktikan melakukan analisis krisis secara langsung terhadap berita mengenai proyek gagal pada tahun 2017. Analisis ini dilakukan sebagai bagian dari upaya memahami dinamika yang terjadi dan mencari solusi yang lebih baik untuk menangani isu serupa di masa depan. Dengan analisis yang mendalam, tim dapat belajar dari pengalaman sebelumnya untuk memperkuat strategi komunikasi dan memastikan keberhasilan program yang lebih baik di kemudian hari.



**Gambar 3.4 Berita negatif BRGM terkait isu proyek gagal 2017**  
*Sumber: Mediaindonesia.com, 2022*

Berita terkait Proyek BRGM 2017 menjadi berita yang menggemparkan BRGM. Pasalnya, pada tahun 2017, BRGM sedang giat-giatnya membangun sumur bor dan sekat kanal untuk membasahi lahan gambut yang ada di Kalimantan dan Sumatera. Secara keseluruhan, tercatat bahwa sejak 2016 di Kalsel telah dibangun setidaknya 579 sumur bor dan 246 sekat kanal, serta 20 program revitalisasi ekonomi masyarakat yang mencakup kegiatan usaha masyarakat desa (Susanto, 2020). Masalah yang terjadi adalah karena setelah pembangunan besar-besaran dari tahun 2016 ke 2017, pihak BRGM dinyatakan sebagai pihak yang tidak bertanggung jawab dengan proyek yang dilakukan, seperti tidak adanya evaluasi yang berlanjut dari proyek tersebut.

Namun nyatanya, pihak BRGM selalu turun ke lapangan setiap bulannya untuk memantau kembali beberapa pekerjaan yang telah dilakukan, seperti melakukan evaluasi bertahap. Setelah berita ini muncul pada tahun 2022, BRGM tentunya langsung mengambil langkah tegas dengan mulai melakukan brainstorming dengan seluruh tim PR dan pimpinan BRGM pada waktu itu, setelah itu mulai dengan menyusun Press Release untuk dikirimkan kepada beberapa media sebagai bagian dari klarifikasi pemberitaan tersebut. Tidak lupa untuk langsung menghubungi pihak media yang mengeluarkan berita tersebut untuk meminta kejelasan dan meminta diskusi singkat terkait dengan proyek sumur bor dan sekat kanal di Provinsi Kalimantan dan Provinsi Sumatra.

Setelah proses diskusi tersebut mendapat titik terang bahwa BRGM tentunya harus melakukan evaluasi dan turun lapangan sebulan sekali namun bisa seminggu sekali. Sehingga BRGM dengan target restorasi Gambut dan Mangrove

yang banyak menempatkan perwakilan BRGM di 13 provinsi target di seluruh Indonesia untuk dapat melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala dan transparan.

Sebenarnya, banyak jenis krisis dapat terjadi karena banyak hal. Beberapa contoh krisis termasuk kegagalan produksi, penyerbuan agresif, krisis keuangan global, tuntutan hukum, bencana alam, kerusuhan, perang, dan lain-lain (Nova, 2014). Sangat penting bagi PR untuk memahami lima tahapan siklus hidup krisis, yang harus dikenali dan dipahami (Nova, 2014).

**1. Tahap *pre-crisis* (sebelum krisis)**

Tahap ini terjadi sebelum perusahaan menghadapi krisis. Tanda-tanda masalah sudah mulai muncul, dan jika masalah kecil tidak segera ditangani, hal tersebut dapat berkembang menjadi krisis. Seringkali, masalah ini tidak mendapatkan perhatian yang cukup karena adanya pandangan bahwa risiko tersebut tidak signifikan, serta kurangnya perencanaan yang matang untuk mengantisipasi kemungkinan terjadinya krisis.

**2. Tahap *Warning* (Peringatan)**

Merupakan tahap yang sangat penting, di mana masalah pertama kali dikenali. Jika masalah ini tidak diatasi, bisa berkembang menjadi kerusakan yang lebih besar. Pada tahap ini, penyangkalan adalah reaksi umum.

**3. Tahap *Acute Crisis* (Krisis Akut)**

Masalah semakin membesar, dan media serta masyarakat mulai menyadari adanya isu yang berkembang. Perusahaan tidak bisa lagi diam dan harus bertindak, karena dampak kerugian sudah mulai terasa. Oleh karena itu, penyusunan dan penerapan dokumen serta strategi manajemen krisis menjadi sangat mendesak.

**4. Tahap *Clean-Up* (Pembersihan)**

Setelah isu tidak ditangani pada fase peringatan, dampak mulai terlihat. Pada fase ini, perusahaan harus segera menangani kerugian yang timbul, seperti reputasi dan citra yang terganggu, serta menghadapi tantangan terkait hukum, media, tekanan dari publik, dan potensi litigasi.

**5. Tahap *Post-Crisis* (Sesudah Krisis)**

Setelah krisis, perusahaan harus bereaksi saat masalah mencapai tahap peringatan. Jika krisis berhasil dihentikan sejak awal, perusahaan dapat kembali beroperasi normal. Jika publik kembali percaya, maka krisis secara resmi dapat dikatakan berakhir.

Dari lima tahapan dalam manajemen krisis yang dijelaskan, praktikan telah berhasil mengimplementasikan setiap langkah dengan efektif untuk menangani krisis yang terjadi di tempat praktik. Setiap fase, mulai dari pra-krisis, peringatan, krisis akut, pemulihan, hingga pasca-krisis, memiliki fungsi dan tujuan yang jelas. Tahapan tersebut memberikan panduan komprehensif yang membantu praktikan dalam memahami dinamika krisis dan langkah-langkah yang diperlukan untuk menanggulangnya. Meskipun tidak semua tahapan perlu dilalui dalam setiap situasi krisis, praktikan tetap mengedepankan prinsip-prinsip dasar yang relevan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi.

Pada tahap pre-krisis, praktikan berfokus pada identifikasi potensi masalah yang mungkin muncul, sehingga dapat merencanakan langkah pencegahan yang diperlukan. Ketika peringatan (warning) datang, praktikan dengan sigap merespons untuk memitigasi dampak lebih lanjut. Begitu krisis akut terjadi, praktikan memanfaatkan dokumen manajemen krisis yang telah disusun sebelumnya untuk mengelola situasi tersebut secara profesional dan tepat waktu. Tindakan yang cepat dan terarah pada tahap ini sangat penting untuk mengurangi dampak krisis yang mungkin berlanjut.

Selanjutnya, dalam tahapan clean-up, praktikan melakukan langkah-langkah pemulihan yang terencana untuk mengurangi kerugian yang ditimbulkan oleh krisis. Upaya ini dilakukan dengan mempertimbangkan reputasi dan citra perusahaan yang perlu dipulihkan pasca-krisis. Pada tahap post-krisis, evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas langkah-langkah yang telah diambil dan mencegah terjadinya krisis serupa di masa depan. Dengan pemahaman mendalam terhadap tahapan-tahapan manajemen krisis ini, praktikan mampu menjalankan perannya dengan baik dan memberi kontribusi positif terhadap penyelesaian krisis yang terjadi.

Praktikan tidak hanya memahami tahapan-tahapan krisis, tetapi juga mengimplementasikannya dalam situasi nyata dengan ketepatan yang tinggi. Selain merespons masalah dengan cepat, praktikan juga mengembangkan keterampilan dalam berkomunikasi secara efektif selama krisis.

### 3.2.4 Seminar Komunikasi

Kuliah seminar komunikasi adalah sebuah mata kuliah yang mengajarkan tentang penyusunan penelitian dan mempersiapkan mahasiswa untuk memahami berbagai topik serta fenomena yang bisa dijadikan bahan penelitian dalam berbagai bidang ilmu komunikasi. Kuliah ini mengacu pada konsep-konsep, metodologi, kerangka penelitian, metode, serta teori yang telah dipelajari sebelumnya. Selain itu, kuliah ini juga merupakan lanjutan dari pembelajaran mengenai Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Kuliah ini menjadi salah satu komponen penting yang harus dikuasai dalam program studi ilmu komunikasi.

Dalam hal ini, praktikan diajarkan terkait dengan penyusunan penelitian, teori, serta konsep-konsep dasar penelitian. Teknik analisis dan pengujian data serta etika penelitian. Penelitian ini memberikan insight yang sangat mendalam bagi praktikan untuk memahami dan mengaplikasikan metode penelitian yang sesuai ketika melaksanakan penelitian di berbagai bidang komunikasi, termasuk PR pemerintahan, media massa, komunikasi organisasi, atau komunikasi antarbudaya.

Fungsi utama dari mata kuliah seminar komunikasi ini merupakan pengembangan kemampuan metodologis praktikan, yaitu dengan memahami serta mempelajari bagaimana membuat penelitian yang baik dan benar sesuai dengan etika penelitian yang ada, mengumpulkan dan menganalisis data, dan juga menyusun temuan menarik dan kesimpulan dari penelitian. Sehingga hal ini membuat praktikan semangat untuk mengembangkan jiwa penelitian dan mampu mengaplikasikannya pada dunia kerja yang profesional.

Selain itu, dengan mempelajari mata kuliah seminar komunikasi, praktikan dapat mengetahui banyak penelitian yang relevan pada bidang komunikasi. Dengan mulai melakukan riset mencari referensi terkait penelitian komunikasi melalui Buku, Penelitian terdahulu, literatur-litaratur, serta website yang mendukung dalam menemukan referensi sesuai dengan penelitian bidang ilmu komunikasi.

Selanjutnya, keistimewaan dari mata kuliah seminar komunikasi adalah dapat membuat praktikan mengembangkan *skill* riset fenomena ataupun menganalisis fenomena secara kritis. Di mana mengidentifikasi pertanyaan penelitian yang relevan, mengevaluasi metode penelitian yang paling sesuai, dan mengartikan temuan penelitian dengan konteks teoritis yang tepat. Seminar

komunikasi penelitian juga dapat memotivasi praktikan untuk berkontribusi pada pengetahuan akademis dalam bidang komunikasi dengan menghasilkan penelitian yang orisinal dan berarti. Dengan demikian, mata kuliah ini tidak hanya mengajarkan keterampilan penelitian praktis, tetapi juga membantu praktikan membangun fondasi intelektual yang kuat dalam karir akademis atau profesional.

Dengan demikian, mata kuliah seminar komunikasi bertujuan untuk mengembangkan potensi dan pengetahuan mahasiswa dalam berbagai topik komunikasi PR. Oleh karena itu, praktikan mampu mengimplementasikan pada magang kerja profesi PR salah satunya adalah dengan melakukan riset pada program atau kegiatan BRGM.

Riset merupakan hal paling utama dan terpenting dalam melakukan penelitian atau hal yang ingin diteliti. Riset juga berguna sebagai kendaraan yang dapat mengantarkan penulis menuju temuan data berikutnya. Dengan demikian, riset berkaitan erat dengan profesi *Public relations* sebagai dasar pengetahuan yang mendukung proses penelitian dimulai dari perencanaan, implementasi, dan evaluasi kegiatan komunikasi.

Pertama, riset diperlukan untuk membantu praktisi PR dalam hal menentukan topik, target audiens, dan tujuan penelitian. Melalui penyusunan metodologi penelitian yang benar, PR dapat mengeksplorasi preferensi, nilai, dan kebutuhan pemangku kepentingan, sehingga memungkinkan mereka mengembangkan pesan dan strategi komunikasi yang tepat dan relevan.

Kedua, penelitian membantu humas merespons dinamika dan perubahan dalam lingkungan komunikasi. Tentu saja, seorang *public relations* terus memantau tren, isu terkini, dan sikap publik, sehingga memungkinkan kami menyesuaikan strategi komunikasi agar tetap relevan dan efektif.

Oleh karena itu, penelitian mempunyai dampak positif terhadap pengelolaan citra dan reputasi suatu perusahaan. Serta, seorang PR dapat secara proaktif mengidentifikasi dan mengatasi potensi masalah yang dapat berdampak negatif terhadap citra perusahaan. Penelitian kemudian tidak hanya menjadi alat respons, namun juga alat prediktif dan preventif, yang memiliki dampak besar terhadap keberhasilan strategi komunikasi dan upaya urusan masyarakat secara keseluruhan.

Selama 4 bulan berada di BRGM, praktikan telah membuat survei atau riset secara kecil-kecilan yang bertujuan untuk membantu tim PR dalam merancang

kampanye sosial media. Proses ini dilakukan dengan menggali berbagai informasi yang relevan untuk mendukung kinerja dan program-program BRGM, sehingga strategi komunikasi yang dihasilkan dapat lebih terarah dan efektif. Praktikan juga berperan dalam mengidentifikasi isu-isu yang berkaitan dengan pemulihan gambut dan rehabilitasi mangrove, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan konten yang informatif dan edukatif. Dalam prosesnya, riset ini menjadi langkah awal untuk memastikan bahwa setiap kampanye yang dirancang mampu menjawab kebutuhan informasi masyarakat sekaligus memberikan dampak yang nyata bagi peningkatan kesadaran publik.

Hasil riset kecil-kecilan ini juga digunakan sebagai dasar untuk menyusun konsep kampanye yang tidak hanya mendukung kinerja BRGM, tetapi juga memberikan *awareness* kepada masyarakat luas terkait pentingnya restorasi gambut dan rehabilitasi mangrove. Dengan pendekatan ini, kampanye sosial media yang dibuat tidak hanya menjadi media komunikasi, tetapi juga menjadi sarana untuk menyampaikan pesan-pesan yang sesuai dengan visi dan misi BRGM. Praktikan memastikan bahwa setiap konten yang disusun mampu menarik perhatian masyarakat dan memberikan pemahaman lebih mendalam tentang upaya pelestarian lingkungan yang dilakukan oleh BRGM.

Hal ini menunjukkan bahwa riset kecil-kecilan yang dilakukan praktikan memiliki kontribusi nyata dalam mendukung keberhasilan tim PR BRGM dalam menyampaikan pesan-pesan strategis kepada masyarakat.

#### Riset Campaign #SejutaAksiHijau

Campaign adalah salah satu bentuk inisiatif yang sangat populer yang bermanfaat bagi sebuah perusahaan untuk meningkatkan banyak hal diantaranya pengetahuan, kesadaran, dan perilaku dalam bentuk produk, jasa dan engagement sosial media.

Contoh campaign:

Whitelab adalah *brand skincare* lokal yang didirikan pada tahun 2018. Whitelab memiliki kampanye sosial media yang aktif dan kreatif. Kampanye sosial media Whitelab bertujuan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat tentang produk Whitelab, serta untuk membangun *engagement* dengan para pelanggan.

Kampanye sosial media Whitelab yang paling populer adalah #BeneranSebagusitu. #BeneranSebagusitu adalah sebuah *challenge* yang mengajak para pelanggan untuk membagikan foto atau video perubahan kulit mereka setelah menggunakan produk Whitelab. *Challenge* ini telah diikuti oleh ribuan orang dan telah berhasil meningkatkan *awareness* masyarakat tentang produk Whitelab.

Banyak cara memanfaatkan sosial media untuk menunjang kegiatan *marketing* Anda. Kenali berbagai macam pelanggan melalui sosial media dan ketahui lebih dekat keinginan pelanggan Anda.

TERUS APA YANG MAU KITA BUAT??

Nahhhhh, dalam rangka menyongsong hari pohon sedunia, BRGM sebagai lembaga yang care dan peduli terhadap alam khususnya gambut dan mangrove tentunya tidak terlepas dari pohon bahkan mangrove pun dikatakan sebagai pohon.

**Gambar 3. 5 Riset Campaign Hari Pohon Sedunia**  
Sumber: Dok. Internal Praktikan

Praktikan selaku Tim PR BRGM melakukan riset untuk memperoleh data primer dan sekunder dalam merancang kampanye menuju Hari Pohon Sedunia. Data sekunder tentunya didapatkan melalui berbagai sumber yang telah ada, seperti artikel-artikel ilmiah, laporan penelitian, publikasi media massa, serta dokumentasi dan observasi yang relevan, memberikan dasar teori dan latar belakang yang kuat mengenai pentingnya pohon mangrove dalam ekosistem pesisir. Sedangkan data primer dikumpulkan langsung melalui survei, wawancara, dan diskusi dengan pemangku kepentingan, masyarakat umum, serta pemangku kebijakan yang terlibat dalam pelestarian mangrove. Kombinasi antara data sekunder dan primer ini memungkinkan Tim PR BRGM untuk merancang kampanye yang tepat sasaran dan sesuai dengan kondisi terkini, dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran publik akan manfaat dan fungsi mangrove dalam pelestarian lingkungan.

Dengan menggunakan data yang terkumpul, Tim PR BRGM kemudian merancang berbagai strategi komunikasi untuk menyampaikan pesan yang tepat kepada masyarakat luas. Kampanye ini tidak hanya fokus pada pentingnya menanam pohon mangrove, tetapi juga mengedukasi masyarakat mengenai manfaat jangka panjang yang bisa didapat dari keberadaan mangrove, seperti perlindungan pesisir, pengendalian erosi, dan peningkatan keanekaragaman hayati. Selama proses ini, Tim PR BRGM bekerja sama dengan berbagai pihak terkait, termasuk organisasi lingkungan, pemerintah lokal, serta media, untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat memberikan dampak yang signifikan dan menjangkau audiens yang lebih luas terhadap kesadaran dan tindakan masyarakat. Pendekatan ini diharapkan dapat memperkuat komitmen bersama dalam menjaga kelestarian mangrove, yang pada akhirnya turut mendukung keberlanjutan ekosistem pesisir Indonesia.

Selain itu, Tim PR BRGM juga memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk memperluas jangkauan kampanye ini. Melalui konten-konten menarik yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform, seperti Instagram dan TikTok, kampanye ini berusaha untuk menciptakan keterlibatan langsung dengan audiens. Melalui penggunaan hashtag yang relevan, tantangan menanam pohon mangrove, serta ajakan untuk berpartisipasi dalam aksi nyata.

### 3.2.5 Kerja Profesi

Mata kuliah ini diinisiasi oleh Universitas Pembangunan Jaya untuk mendukung pengembangan mahasiswa dan mempersiapkan mereka secara maksimal dalam menghadapi dunia kerja. Sebagai bagian dari kurikulum, mata kuliah ini memberikan pengalaman praktis yang memperkaya keterampilan mahasiswa dan menjembatani teori dengan praktik di dunia profesional. Serta mahasiswa dapat mengaplikasikan teori-teori yang sudah dipelajari di semester-semester sebelumnya. Kerja profesi yang dimaksudkan praktikan dalam hal profesi *public relations* adalah, dengan mengaplikasikan teori dan konsep ke dalam tugas dan kegiatan sehari-hari diperusahaan, serta menjadi bekal mahasiswa ketika lulus untuk mendapatkan pengalaman dan keterampilan profesional seperti melakukan yang fokusnya pada pihak eksternal, seperti menangani media, menulis press release, menghubungi media, serta memaparkan hasil rapat. Selain itu, kemampuan dalam pembuatan konten media sosial yang menarik dan informatif juga menjadi bekal penting untuk meningkatkan kesadaran publik. Keterampilan-keterampilan ini memungkinkan mahasiswa untuk siap menghadapi tantangan di dunia kerja dan berkontribusi secara efektif dalam berbagai kegiatan komunikasi di perusahaan.

Pada mata kuliah ini, praktikan berkesempatan untuk terlibat dalam protek secara nyata sesuai dengan kondisi dan keadaan di perusahaan yang memperlihatkan terkait dengan tantangan yang ada pada pekerjaan PR. Dan juga praktikan dapat belajar cara melaksanakan hubungan dengan mitra perusahaan dan media, merancang *key message*, serta memahami etika pada saat melakukan penyusunan terkait dengan strategi komunikasi BRGM.

Menurut Jurnal Indonesia of community services dikembangkan oleh Tanjung, Harahap dan Siboro tahun 2023 dijelaskan bahwa ada 3 tahapan yang akan dilalui praktisi saat menjalani proses magang. Ketiga tahap ini terdiri dari:

#### 1. Tahap Awal / Penganalan pada Badan Restorasi Gambut dan Mangrove (BRGM)

Tahap awal magang kerja profesi dimulai dari adanya pembekalan yang dilakukan oleh BRGM dengan pengenalan awal perusahaan. Pada tahap pembekalan ini dilakukan selama 3 hari pembekalan dilakukan dengan membahas terkait dengan pengenalan struktur BRGM, serta pengenalan wilayah kerja BRGM pada 13 provinsi Gambut dan Mangrove di Indonesia.

Pada pembekalan tersebut, praktikan juga diberikan gambaran umum mengenai peran dan tanggung jawab PR BRGM dalam membangun serta menciptakan kerjasama yang efektif dengan pemangku kepentingan, termasuk peserta program MSIB dan masyarakat umum, serta media. Setelah pembinaan secara umum, praktikan juga langsung mendapatkan wawasan dari mentor mengenai tujuan dan strategi komunikasi yang diterapkan oleh tim PR BRGM. Tentu saja hal ini, mencakup pemahaman terhadap berbagai *champaign* media sosial, konten-konten, media monitoring, yang telah dilakukan, pemilihan saluran komunikasi yang efektif, dan juga serta cara atau alat yang digunakan untuk mencapai target atau tujuan komunikasi. Bersama dengan pengenalan tahap awal ini, praktikan mampu membangun dasar *knwoldge* terkait pengetahuan dasar perusahaan yang kuat.

## 2. Tahap Pelaksanaan Kerja pada Badan Restorasi Gambut dan Mangrove (BRGM)

Tahap pelaksanaan kerja pada posisi PR BRGM telah membawa praktikan untuk mengerjakan banyak hal yang berkaitan dengan tujuh kompetensi yang ditekankan dalam program Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka. Kompetensi pertama, yaitu analisa tema, praktikan diarahkan oleh mentor untuk melakukan riset terbuka tentang Restorasi Gambut dan Rehabilitasi Mangrove yang kemudian dituangkan dalam konten plan. Dari konten plan tersebut, praktikan membuat lebih dari 22 konten feeds, 2 konten berbentuk video, dan 3 recap story Instagram selama 4 bulan. Selama periode September – Desember 2024, praktikan berhasil mencapai total interaksi 18.598, dengan 79,7% berasal dari followers dan 20,2% dari non-followers. Jenis konten yang memberikan kontribusi terbesar terhadap interaksi adalah posts (60,3%), diikuti oleh reels (33,8%), sementara stories memberikan kontribusi 5,8% dan video memiliki kontribusi 0,1%. Akun Instagram BRGM berhasil menjangkau 194.948 akun, meningkat 10,8% dibandingkan periode sebelumnya, dengan total views mencapai 636.683. Sebagian besar views berasal dari followers (72,9%), namun *engagement* dari *non-followers* juga cukup tinggi (27,1%), menunjukkan potensi untuk terus menarik audiens baru. Kompetensi kedua adalah identifikasi publik, di mana praktikan berhasil mendeskripsikan isu lingkungan hidup menjadi

bahan publikasi berupa Cerita Noli dan Nolipedia yang informatif dan mudah dipahami audiens, dan menjadikan konten tersebut sebagai cerita inspiratif untuk terus menjaga lingkungan. Kompetensi ketiga terkait pemahaman konsep dan kegiatan pemulihan gambut serta mangrove dilakukan dengan acara seperti “Stadium Generale Restorasi Gambut dan Rehabilitasi Mangrove,” yang mencakup diskusi, pretest, dan post-test. Sementara itu, pada kompetensi keempat, yaitu analisis opini publik, praktikan melakukan pemantauan pemberitaan mingguan terkait BRGM menggunakan Google Tools, yang kemudian dievaluasi untuk meningkatkan kegiatan dan membangun kerja sama dengan media nasional dan lokal.

Pada kompetensi kelima, praktikan mempelajari living issue terkait perlindungan lingkungan hidup melalui kegiatan *Volunteer Youth mangrove action* (YMA) 2024. Sebagai LO, praktikan mengurus tiket, penginapan, dan aktivitas peserta, serta melakukan wawancara warga untuk recap kegiatan dan konten Noliquotes di Instagram BRGM. Kompetensi keenam adalah analisis arah sentimen pemberitaan, target audiens, dan urgensi berita, yang dilakukan melalui media monitoring untuk mengelompokkan berita berdasarkan tone pemberitaan serta memahami karakteristik audiens BRGM.

Kompetensi terakhir adalah penyusunan laporan akhir dan presentasi, yang melibatkan pembuatan laporan dan presentasi kepada pimpinan BRGM untuk menunjukkan kemajuan praktikan. Selain itu, praktikan berhasil berkolaborasi dengan mitra dan media besar seperti [antaranews.com](http://antaranews.com), [Kompas.com](http://Kompas.com), dan [liputan6.com](http://liputan6.com) melalui media gathering guna meningkatkan pemahaman dan hubungan baik antara BRGM dan media.

### **3. Tahap Akhir / Evaluasi pada Badan Restorasi Gambut dan Mangrove**

Pada tahap akhir magang di Tim PR BRGM, dapat disebutkan sebagai puncak pengalaman praktikan. Pada tahap akhir ini, praktikan banyak diberikan beberapa pekerjaan yang lebih kompleks seperti melakukan perjalanan dinas ke beberapa provinsi di Indonesia untuk mengerjakan beberapa event BRGM yang dilakukan pada Provinsi seperti Sumut, Riau, Kaltim, dan Kaltara terkait dengan Restorasi Gambut dan Rehabilitasi

Mangrove, disana praktikan mengerjakan beberapa pekerjaan tambahan seperti melakukan dokumentasi kegiatan, menjadi eo beberapa peserta, mc dan juga menulis artikel yang berguna untuk kebutuhan publikasi.

Pada tahap akhir ini, tim PR BRGM melakukan kegiatan evaluasi yang mencakup presentasi hasil kerja praktikan kepada mentor dan pimpinan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai progres yang telah dicapai dalam hal kompetensi dan strategi komunikasi yang telah dikerjakan selama masa magang. Melalui evaluasi ini, praktikan dapat memperoleh masukan yang berguna untuk pengembangan diri dan mempersiapkan diri menghadapi tantangan di dunia profesional. Evaluasi juga memberikan kesempatan bagi praktikan untuk menunjukkan sejauh mana mereka telah mengaplikasikan wawasan dan kemampuan yang didapat selama magang dalam situasi yang sebenarnya di tempat kerja.

Selain itu, tahap evaluasi juga memberikan peluang bagi praktikan untuk mempererat hubungan dengan semua anggota tim PR BRGM.

Selama magang, praktikan diberi kesempatan untuk berkontribusi dengan ide-ide inovatif yang dapat memperkuat kerja sama dalam tim. Hal ini tidak hanya meningkatkan pemahaman praktikan terhadap dinamika kerja tim PR BRGM, tetapi juga memungkinkan mereka untuk memberikan nilai tambah bagi organisasi. Praktikan dilibatkan dalam berbagai diskusi, perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan yang memberikan pengalaman langsung dalam menghadapi tantangan yang ada di dunia kerja, khususnya dalam bidang hubungan masyarakat yang memerlukan kolaborasi erat dan komunikasi yang efektif.

Terakhir, praktikan juga diberikan ruang untuk berinovasi, mengemukakan ide-ide kreatif, serta memberikan masukan yang konstruktif. Kesempatan ini menunjukkan bahwa BRGM mendukung lingkungan kerja yang terbuka, kolaboratif, dan mendorong setiap individu untuk berperan aktif dalam mencapai tujuan bersama. Dengan adanya dukungan tersebut, praktikan tidak hanya merasa dihargai, tetapi juga terdorong untuk mengembangkan potensi diri mereka secara maksimal, sambil berkontribusi secara nyata dalam berbagai proyek yang dijalankan selama masa magang.

### **3.2.6 Pekerjaan Lainnya.**

Praktikan selama magang di BRGM mendapatkan pekerjaan tambahan selain tugas utamanya, seperti membantu staf dalam membuat laporan perjalanan dinas kegiatan *Youth mangrove action 2024*, menjadi talent video untuk konten noli talks special hari sumpah pemuda, menjadi MC pada kegiatan Polarisasi dan *Youth mangrove action 2024*, selain itu menjaga booth dan melakukan pendataan peserta magang BRGM yang akan mengambil baju dan tanda pengenal. Kegiatan tambahan ini membantu praktikan dalam mengembangkan kemampuan tidak hanya dibidang PR saja namun mampu bekerja pada bidang kerja yang lain yang tentunya mendukung kelancaran pekerjaan tim PR.

### **3.3 Kendala yang Dihadapi**

Selama satu semester menjalani magang MSIB di bagian *Public relations* Badan Restorasi Gambut dan Mangrove, praktikan tidak menghadapi kendala yang berarti. Praktikan melaksanakan pekerjaan dengan baik, mulai dari menjalin hubungan kerja yang positif dengan sesama staf, mentor, teman magang, hingga pihak eksternal BRGM, seperti media dan mitra BRGM. Namun, terdapat beberapa kendala yang dihadapi praktikan, yaitu keterbatasan akses data dan informasi BRGM, yang mana terkadang praktikan mengalami tantangan serta kesulitan dalam mengakses informasi terkini atau mencari data internal yang diperlukan untuk melaksanakan tugas, karena harus melalui regulasi pemerintahan yang panjang.

### **3.4 Cara Mengatasi Kendala**

Melalui pengalaman magang, tantangan yang dialami praktikan dan cara mengatasi kendala tersebut adalah dengan melakukan koordinasi dan komunikasi secara proaktif dengan mentor atau staff PR BRGM untuk meminta bantuan atau melakukan verifikasi atau klarifikasi data secara baik untuk digunakan dalam pembuatan konten-konten Instagram BRGM. Selain itu juga praktikan bisa memanfaatkan buku bacaan yang tersedia serta difasilitasi oleh BRGM untuk mendapatkan data pendukung lainnya yang membantu menyelesaikan pekerjaan praktikan selama magang di BRGM.