



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi merupakan suatu proses interaksi antar manusia dan antar manusia dengan lingkungan sekitarnya. Adanya aktivitas berkomunikasi, membuat manusia akan saling terhubung dan saling berinteraksi satu sama lain. Aktivitas komunikasi dikatakan berhasil apabila ditandai dengan mendapatkan tanggapan yang baik dan pemahaman yang sama dari suatu individu atau kelompok. Seiring perkembangan komunikasi yang begitu pesat, menuntut adanya pertukaran informasi antar manusia dan antar organisasi maupun antar perusahaan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat, dapat memudahkan manusia dalam mencari maupun menerima informasi, sehingga manusia dapat dengan mudah untuk mempelajari dan mendapatkan informasi yang diinginkannya dimana saja, kapan saja, dan dari siapa saja (Parsaorantua *et al.* 2017:1). Proses pertukaran informasi antar masyarakat dan perusahaan menjadi hal yang sangat penting, karena dengan adanya pertukaran informasi, sebuah perusahaan akan dikenal oleh masyarakat luas, sehingga dapat menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat maupun perusahaan lain.

Pertukaran informasi dalam suatu perusahaan, tentu membutuhkan seorang *public relations* yang memiliki keterampilan berkomunikasi yang baik dan mampu menyebarkan informasi kepada publik. *Public relations* adalah suatu usaha kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, *good will*, kepercayaan, serta apresiasi dari publik (Ishaq, 2017:13). Kegiatan tersebut dilakukan dengan mengumpulkan informasi dan fakta yang terjadi dalam lingkungan perusahaan, baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal perusahaan. Informasi dan fakta yang telah dikumpulkan akan dipublikasikan melalui media internal maupun media massa yang bekerja sama dengan perusahaan, sehingga menjadi suatu berita yang disebut dengan *press release*.

Press release merupakan tulisan yang berisi mengenai berita-berita tentang suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau instansi yang dipilih untuk dimuat dalam media (Fatimah, 2019:95). Kegiatan penulisan *press release* menggunakan komunikasi massa sebagai media penyampaian pesan kepada publik. Komunikasi massa adalah sebuah bentuk komunikasi yang memanfaatkan media massa untuk menyebarkan pesan kepada khalayak luas pada saat yang bersamaan (Rusdiana, 2021:142). Penggunaan media massa seperti media elektronik dan media cetak dalam *press release*, merupakan salah satu cara untuk membangun hubungan perusahaan dengan pers dan hubungan perusahaan dengan publik, karena apa yang ditulis dalam media massa, menjadi *image* (citra) atau pandangan publik terhadap perusahaan.

PT Kilang Pertamina Internasional Unit Cilacap (PT KPI Unit Cilacap) merupakan perusahaan minyak gas dan bumi nasional yang memiliki kapasitas produksi terbesar yakni 348.000 barrel/hari dan memiliki fasilitas terlengkap. Menjadi salah satu perusahaan terbesar di Indonesia, tentunya membuat PT KPI Unit Cilacap harus terus menjaga *image* (citra) baik di hadapan publik. Adanya divisi *Communication, Relations, & CSR*, membantu PT KPI Unit Cilacap dalam membangun kepercayaan dan dukungan publik serta *image* (citra) baik perusahaan

di hadapan publik. Divisi *Communication, Relations, & CSR* merupakan satu divisi yang saling terikat tetapi memiliki fungsi yang berbeda. *Communication dan Relations* (CommRel) merupakan divisi untuk mempublikasi berita dan menjalin relasi, sedangkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tindakan atau komitmen perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengontribusikan sumber daya perusahaan.

Kegiatan CSR tidak akan berlangsung dan berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan dari *Communication dan Relations* (CommRel) dalam mempublikasikan segala kegiatan perusahaan, termasuk kegiatan CSR. CommRel bekerja sama dengan media untuk berperan dalam menyebarluaskan segala informasi perusahaan yang bersifat positif dalam bentuk *press release* kepada masyarakat luas, terutama masyarakat di lingkungan perusahaan, agar informasi yang disampaikan dapat tersampaikan secara cepat dan meluas kepada publik. Penyebaran informasi melalui *press release*, juga sangat berperan penting dalam mengomunikasikan dan menginformasikan kepada publik mengenai berbagai kebijakan, aktivitas, keputusan, prestasi, serta segala hal yang terjadi di lingkungan perusahaan.

Sebelum menulis *press release, Communication, Relations, & CSR* PT KPI Unit Cilacap akan melakukan peliputan di tempat kejadian. Informasi yang didapatkan, harus dikemas dengan baik melalui berbagai tahap proses penulisan dan harus memiliki nilai berita (*news value*) sebelum dipublikasikan, agar informasi yang disampaikan dapat diterima baik oleh publik. Berita yang menarik dalam pandang jurnalistik yaitu berita yang memiliki nilai berita (*news value*) atau bobot berita (Setiyaningsih *et al.* 2020:170). Proses penulisan *press release* di PT KPI Unit Cilacap dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu tahap pra produksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi.

Penulisan *press release* yang baik, akan menimbulkan dukungan dan ketertarikan publik terhadap aktivitas atau kegiatan yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya dukungan dan ketertarikan publik terhadap aktivitas perusahaan, diharapkan nantinya perusahaan juga mendapatkan tanggapan positif dari banyak publik, sehingga dapat membangun hubungan yang baik antar perusahaan dengan publik. Dengan demikian, maka judul pada laporan akhir ini berjudul “Proses Penulisan *Press Release* oleh *Communication, Relations, & CSR* PT Kilang Pertamina Internasional Unit Cilacap”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dari proses penulisan *press release* oleh *Communication, Relations, & CSR* PT Kilang Pertamina Internasional Unit Cilacap yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada laporan akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana proses penulisan *press release* oleh *Communication, Relations, & CSR* PT Kilang Pertamina Internasional Unit Cilacap?
- 2) Apa saja hambatan yang dihadapi dan solusi yang dilakukan dalam penulisan *press release* oleh *Communication, Relations, & CSR* PT Kilang Pertamina Internasional Unit Cilacap?



Tujuan

Mengacu pada rumusan masalah yang dipaparkan di atas, maka tujuan dalam penulisan laporan akhir ini yang hendak dicapai adalah:

- 1) Menjelaskan proses penulisan *press release* oleh *Communication, Relations, & CSR* PT Kilang Pertamina Internasional Unit Cilacap.
- 2) Menjelaskan hambatan yang dihadapi dan solusi yang dilakukan dalam penulisan *press release* oleh *Communication, Relations, & CSR* PT Kilang Pertamina Internasional Unit Cilacap.

METODE

Lokasi dan Waktu PKL

Laporan akhir ini disusun berdasarkan data-data yang diperoleh dari berbagai kegiatan yang dilakukan di perusahaan selama melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Kegiatan PKL dilaksanakan di PT Kilang Pertamina Internasional Unit Cilacap yang berlokasi di Jalan Letjen Haryono MT 77 Lomanis Cilacap, Jawa Tengah, 53221. Waktu pengambilan data ini dilaksanakan selama 42 hari kerja, terhitung mulai dari tanggal 10 Januari 2022 sampai dengan 11 Maret 2022 dengan jadwal efektif lima hari kerja dalam seminggu. PKL dilakukan secara *hybrid* dengan waktu kerja disesuaikan dengan ketentuan dari perusahaan yaitu setiap hari Senin hingga Kamis, pukul 07.00 WIB sampai dengan pukul 16.00 WIB dan hari Jumat, pukul 07.00 WIB sampai dengan pukul 16.30 WIB.

Data dan Instrumen

Data adalah kumpulan informasi yang merupakan fakta untuk menjawab suatu permasalahan yang dapat diperoleh secara langsung dan tidak langsung. Data dapat dijadikan sumber untuk melengkapi atau menambah informasi yang diperlukan dalam penyusunan laporan akhir. Terdapat dua jenis data yang digunakan untuk penyusunan laporan akhir ini, yaitu:

- 1) Data Primer
Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung di lapangan tanpa adanya perantara. Data primer diperoleh dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan pada saat PKL di divisi *Communication, Relations, & CSR* PT KPI Unit Cilacap. Selain itu, data primer juga diperoleh melalui wawancara dengan pihak terkait dan dokumentasi pribadi pada saat peliputan dan penulisan *press release*. Data yang sudah diperoleh akan diolah kembali menjadi informasi yang lebih baik sebagai bahan penyusunan laporan akhir.
- 2) Data Sekunder
Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau diperoleh dari data yang sudah ada. Data sekunder diperoleh dari data-data perusahaan seperti buku-buku referensi, *website* resmi perusahaan, sumber internet lainnya, dan dokumen-dokumen lain yang mendukung sebagai