Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

PT PA CSR merupakan perusahaan konsultan yang bergerak dan berfokus pada bidang strategi CSR, yang meliputi kegiatan riset, seperti *desk research, lobbying and negotiation, implementation, public advice,* dan juga *political advice* untuk strategi CSR. Hal ini cenderung berbeda dari konsultan PR pada umumnya, oleh karena itu PT PA CSR tidak memiliki divisi khusus untuk Public Relations. Namun, penulis selalu menggunakan strategi-strategi PR dalam setiap kesempatan dalam melakukan kegiatan yang ada, seperti *media relations, media database, media monitoring, research,*dan *press release*.

Selama kerja praktik magang berlangsung, penulis berada di bawah supervisi dan pengawasan (Alm) Liya Djajadisastra selaku *Senior Consultant* di PT PA CSR Jakarta. Karena alasan kesehatan, beliau sempat dicantumkan sebagai *Part-time Consultant*. Namun dalam pertengahan proses praktik kerja magang penulis, beliau meninggal dunia. Jeroen van Overbeek yang sebelumnya sebagai *Research Consultant* di PT PA CSR juga telah mengundurkan diri sesaat setelah penulis diterima di PT PA CSR. Kemudian sisa waktu praktik kerja magang, penulis bekerja dibawah pantauan dari Novena Sadikin, selaku *Junior Consultant* dan oleh Sely Ginting selaku *Head office* dan juga *Finance and Admin Controler* di PT PA CSR dalam berkoordinasi untuk menyelesaikan tugas yang diberikan. Adapun penulis ditempatkan sebagai *Junior Consultant*, dalam catatan masih berada pada level *intern.*

Alur komunikasi dalam pendelegasian tugas dan koordinasi dilakukan baik secara tatap muka, *e-mail*, dan juga melalui *teleconference*. *Briefing* awal untuk tugas yang harus dikerjakan biasa dilakukan oleh *Managing Partner* PT PA CSR, Rio D.

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

Praaning dengan cara-cara yang sudah disebutkan sebelumnya. Pendelegasian dan pembagian tugas biasa dilakukan oleh beliau. Dalam melaksanakan dan menyelesaikan tugas yang diberikan, penulis selalu melapor terlebih dahulu dan mendiskusikan dengan pembimbing lapangan, Liya Djajadisastra atau Novena Sadikin, sebelum mengirimkan hasil tersebut kepada *Managing Partner*, Rio D. Praaning untuk kemudian disampaikan kepada pihak internal sebagai arsip ataupun kepada pihak klien.

Dalam selama periode kerja praktik magang, penulis juga berada dalam pengawasan dari rekan-rekan PT PA CSR. Dengan memiliki latar belakang perusahaan multinasional, maka standar yang diterapkan bisa disebut tinggi. Oleh karena itu, semua karyawan baik karyawan tetap maupun karyawan magang selalu dituntut untuk bersikap profesional baik dalam bekerja, berprilaku, dan berpenampilan.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, meskipun tidak ada divisi khusus Public Relations, penulis sebisa mungkin selalu mengkaitkan hal-hal yang terkait dengan strategi Public Relations. Dalam kontrak kerja praktik magang, penulis diberikan tanggung jawab untuk membantu konsultan dalam variani proyek dan dokumen, media monitoring, menyiapkan *meetings* dan membuat laporan *meetings*, dan pada implementasinya, penulis juga diberikan tanggung jawab untuk membantu pelaksanaan *High Level Seminar* dalam hal-hal terkait strategi PR.

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

Tabel 3.1. Aktivitas yang Dilakukan Selama Praktik Kerja Magang

PEKERJAAN	Minggu												
	1	2	3	4*	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Media monitoring & reporting	x		x	-	x		x	x	x	x		x	x
Desk research			x	-					x	x		x	x
Field research		x		-		x							
Analysis & Reporting		x		-				x	x	x	x		x
Pre-Events			x	-	x	x							
Events				-		x							
Post - Events				-			x	x	x	x			
Lobbying		x		-		x	x				x		
CSR activities		x		-		x							
Internal Communications		x	x	-	x	x	x		x	x			x

(*) Keterangan: Libur Lebaran

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1. *Daily Headlines* (*Media monitoring* & *reporting*)

Dalam praktik bidang PR, aktivitas *monitoring* secara luas merupakan salah satu *tools* guna mencari dan mendapatkan suatu fakta, mengantisipasi dan sebagai evaluasi dari suatu aktivitas komunikasi.

> Tujuan dari sebuah kegiatan *monitoring* didasari oleh kegiatan yang bertujuan untuk mencari sesuatu yang berkaitan dengan peristiwa atau kejadian tertentu yang menyangkut seseorang (siapa), mengapa, sumberdaya publik yang berkaitan, kebijakan dan dampak yang terjadi yang dapat diantisipasi. (Nasution, Enda. 2008. Dalam http://rumakom.wordpress.com/2008/01/31/monitoring-media-apa-dan-bagaimana/ Diakses tanggal 30 November 2014, 22.52 WIB.)

Media monitoring juga dapat diartikan sebagai proses membaca, melihat/menonton atau mendengarkan konten editorial dari berbagai sumber media dalam basis yang berkelanjutan, selanjutnya diidentifikasi, disimpan, dan dianalisa sesuai dengan kata kunci atau topic tertentu. (Comcowich, 2010:3) Hasil dari *media monitoring* dan juga seluruh hasil pencarian dari berbagai media tersebut dibentuk dalam sebuah laporan guna dilaporkan baik kepada pihak internal ataupun kepada pimpinan.

Bagi perusahaan jasa konsultasi, sangat penting bagi keluarga besar PA CSR untuk mengetahui dan mengikuti isu-isu yang sedang berkembang di negara tertentu, khususnya di Indonesia dan hal tersebut merupakan ujung tombak bagi PA CSR agar mendapatkan informasi teraktual mengenai proyek-proyek yang dijalankan, terutama yang berfokus pada kegiatan *political advice, public advice, lobbying and negotiating.*

Daily Headlines merupakan sebutan untuk *Media monitoring* di perusahaan PA CSR. Dalam periode magang, penulis setiap harinya wajib untuk membaca berita-berita nasional pada pagi hari, baik dari media cetak seperti koran Kompas, The Jakarta Post, dan majalah Tempo. Sedangkan dari online seperti Kompas.com, Thejakartapost.com, en.tempo.com, tribunnews.com, dan liputan6.com. untuk Media televisi seperti MetroTv dengan tujuan untuk memantau isu-isu yang sedang berkembang di Indonesia. Setelah itu, penulis akan merangkum sebuah laporan dengan format tabel dalam Bahasa Inggris untuk kemudian dilaporkan kepada pimpinan dan juga sebagai pemberitaan internal cabang kantor di negara lain. Isu-isu yang dicari peneliti terutama isu yang terkait dengan politik di Indonesia karena Indonesia baru saja mengadakan pesta demokrasi dan sedang dalam masa transisi pemerintahan. Selain itu, penulis juga memantau isu mengenai proyek-proyek yang sedang dijalankan oleh perusahaan seperti isu transportasi dan juga *Giant Sea Wall*.

Penulis juga dituntut untuk memiliki kemampuan analisis dalam melakukan media *monitoring* dan *reporting*, dimana kepemilikan media di Indonesia

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

(konglomerasi media) dapat mempengaruhi sudut pandang, bahkan isi pesan dari suatu berita tersebut dipengaruhi oleh kepentingan dari pemilik, misalnya dalam pemberitaan mengenai Pemilu 2014, dimana ada beberapa stasiun televisi yang terus mengunggulkan calon presiden-wakil presiden yang memiliki kepentingan dengan stasiun televisi tertentu. Sekelompok pimpinan media yang berkuasa menggunakan kekuasaannya untuk mengendalikan persepsi masyarakat, teori konspirasi. (Croteau, Hoynes dan Milan, 2011: 32)

Untuk penulisan laporan (*reporting), s*etiap perusahaan memiliki standar tersendiri dalam format suatu laporan, baik laporan untuk pihak internal saja maupun untuk klien. Begitu pula PA CSR, memiliki format sendiri dalam cara-cara penulisannya.

Pada awal masa kerja praktik magang, penulis sudah diberikan panduan mengenai bagaimana cara penulisan dan juga format laporan sesuai dengan standar PA CSR. Dalam penyusunan laporan penulis bekerja sama dengan rekan senior dan meminta masukan dari pembimbing lapangan.

PA CSR selalu memiliki standar bahwa setiap laporan untuk diberikan kepada klien haruslah singkat, padat dan jelas, sehingga klien tidak perlu membutuhkan waktu yang banyak untuk mengerti isi dari laporan yang diberikan PA CSR.

Sehingga penulis menulis laporan baik untuk internal maupun untuk klien dengan format yang diawali dengan logo atau cop surat khas PA CSR dan dengan jelas tertera nama dari penulis dan juga nama orang yang dituju beserta tanggal dan nomor referensi surat. Laporan tersebut terbagi menjadi tiga bagian, yaitu *background* dimana dituliskan secara singkat latar belakang dan fakta-fakta terkait topic. *Conclusions & Next Step* berisi kesimpulan dan juga langkah-langkah yang harus dilakukan kedepannya sesuai dengan persetujuan yang telah dibuat saat *meeting*. Dan bagian terakhir adalah *Analysis* yang berisikan mengenai analisa-analisa fakta dan informasi yang didapat pada saat riset maupun saat diskusi atau rapat. Setiap paragraph juga diberi nomor, agar memudahkan pencarian mengenai isi

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

pembahasan dalam laporan jika hendak dibahas dalam rapat selanjutnya. Sering kali pada laporan juga ditambahkan *Additional Informations*, yang tentunya berisikan fakta-fakta atau data tambahan terkait dengan isi laporan.

Dalam penulisan laporan, penulis seringkali mentranslasi dokumen-dokumen Bahasa Inggris ke dalam Bahasa Indonesia untuk dikirimkan kepada pemerintah lokal maupun *stakeholders* yang tidak dapat berbahasa asing. Begitu pula jika ada surat/dokumen dari pemerintah lokal atau *stakeholders*, penulis juga mentranslasi surat/dokumen tersebut kedalam Bahasa Inggris agar pimpinan dan internal PA CSR lainnya mengerti.

Setelah laporan selesai, penulis meminta pendapat kepada pembimbing lapangan atau rekan yang sudah senior dan mengirimkannya kepada pimpinan.

3.3.2. *Desk and Field Research*

Research merupakan suatu fondasi untuk PR yang efektif. Komunikasi yang dilakukan bisa saja inovatif, namun hal itu bisa berbalik jika tidak dilakukannya riset. Tidak melakukan riset sama saja artinya dengan mengira-ngira, sama seperti memasang target kepada seseorang tanpa bisa melihatnya dan itu bukanlah ide yang bagus. Tanpa adanya riset, sangat memungkinkan bahwa pesan yang disampaikan tidak sesuai dengan minat publik dan publik kemungkinan besar tidak akan mendengarkan pesan tersebut. (Smith, 2005:15)

Research sendiri dapat membantu suatu *strategic planning* dalam hal identifikasi masalah, mengetahui seberapa besar efek & implikasi dari suatu masalah, memberikan arahan efektif komunikasi yang strategis terhadap masalah,

tindakan untuk menyelesaikan masalah sebagai percobaan dari strategi yang akan dilaksanakan, pemantauan selama implementasi dijalankan, dan sebagai evaluasi dari hasil strategi. (Austin dan Pinkleton, 2006: 60-62)

Dengan mendapatkan beragam data dan informasi dari riset tentu perlu dilakukannya identifikasi konteks, dimana dengan identifikasi dapat ditemukan inti

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

dari isu terkait untuk menyusun suatu program PR yang kredibel dan efektif. Ada beberapa hal yang perlu dianalisis baik dari segi lingkungan, organisasi, *stakeholders*, dan juga public, serta identifikasi isu-isu terkait baik yang bersifat positif ataupun negative. (Gregory, 2010: 50)

Setelah mencari informasi berkaitan dan menganalisis sesuai kemampuan penulis, tahap yang dilakukan selanjutnya adalah *reporting* dimana penulis ditugaskan untuk menulis laporan yang berisikan latar belakang, analisis, dan juga kesimpulan yang telah diperoleh dari riset yang diperoleh. Penulis juga berkewajiban untuk membuat *report* dari hasil rapat baik rapat *internal* maupun *eksternal*. Format dan cara penulisan laporan tentunya disesuaikan dengan standar yang diberlakukan diperusahaan yang sebelumnya sudah diberikan dan didistribusikan kepada seluruh kantor cabang yang ada.

Sebagai perusahaan multi-nasional, PA CSR sering kali dikontrak oleh klien yang berasal dari perusahaan-perusahaan asing dimana mereka akan mengadakan proyek di Indonesia namun perusahaan-perusahaan asing tersebut belum dan kurang memahami situasi yang akan dihadapinya di Indonesia (terkadang terbatas kendala Bahasa) baik situasi sosial, politik, dan ekonomi. Oleh karena itu, sangat penting bagi PA CSR untuk melakukan riset mengenai isu-isu yang terkait dengan proyek yang akan dijalankan untuk dapat memberi pengetahuan dan pemahaman kepada klien agar dapat merencanakan strategi yang tepat.

Selama menjalankan praktik kerja magang di PA CSR, penulis melakukan dua jenis riset, yaitu *desk research* dan *field research*. Desk research yang dilakukan penulis merupakan pencarian data dan informasi yang dibutuhkan mengenai ekonomi Indonesia untuk klien baik melalui situs-situs internet yang kredibel seperti situs resmi pemerintah, organisasi, dan artikel dari media. Tidak hanya dari media internet, penulis juga mengumpulkan data dari media cetak seperti koran, majalah dan terkadang penulis juga perlu melalui telepon untuk mendapatkan informasi yang jelas dan kredibel. Setelah itu penulis membuat report dan dikirimkan ke pimpinan. Hasil

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

dari *desk research* ini juga seringkali akan diperbincangkan kembali dalam rapat internal.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, penulis tidak hanya melakukan *desk research*. Penulis diberi kesempatan untuk melakukan *field research* untuk mengumpulkan data dan informasi secara langsung ke lapangan bersama dengan klien. Dengan adanya kunjungan langsung ke lapangan, klien dan pihak PA CSR pun dapat mendapatkan informasi yang lebih terperinci dan akurat karena langsung melihat langsung situasi lingkungan.

Dalam periode kerja praktik magang, penulis mendapatkan dua kali kesemptatan untuk memantau lapangan langsung proyek yang akan dijalankan klien di Tasikmalaya, Jawa Barat. Untuk kunjungan pertama, kilen dan PA CSR memantau kondisi dan berkoordinasi dengan pihak-pihak yang berada di Tasikmalaya, dan pada kunjungan ke dua, penulis diikutsertakan dalam panitia *High-Level Seminar "Towards Increased Food Safety and Food Security in Tasikmalaya and Indonesia"* yang diadakan di Tasikmalaya dan juga berkesempatan untuk berhubungan langsung dengan berbagai pihak, seperti media, pemerintah daerah dan komunitas lokal yang ada di Tasikmalaya.

Dalam dua kali kesempatan kunjungan tersebut, penulis juga diajak untuk ikut serta dalam kegiatan CSR dari PA CSR sendiri untuk melakukan *Corporate Volunteering*.

Adapun setelah melakukan riset, penulis diminta untuk membuat sebuah laporan untuk dikirimkan kepada pimpinan, pihak internal, maupun klien. Namun untuk klien, penulis hanya membuat *draft report* yang nantinya akan dilihat ulang terlebih dahulu oleh pimpinan dan setelah itu diteruskan kepada klien.

Kegiatan riset yang dilakukan penulis selama periode magang dapat digolongkan dalam aktivitas *scanning* dalam sejumlah rangkaian program kerja dari CSR. *Scanning* merupakan kegiatan untuk mengamati dan menganalisa berbagai

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

sumber informasi, diskusi yang ada, dan juga kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan proyek yang akan dilaksanakan. (Coombs dan Holladay, 2012: 54)

Salah satu *desk research* yang dilakukan penulis adalah *influencer research* PA CSR sangat menjunjung *credibility* dan *legitimacy*. Dengan kredibilitas, suatu program yang direncanakan akan dipercaya oleh semua orang, dan dengan legitimasi program dapat diterima oleh berbagai pihak seperti pemerintah, dan juga masyarakat lokal. Oleh karena itu, dalam penyusunan suatu program diperlukan dukungan dari individu atau kelompok yang dapat meningkatkan kredibilitas program tersebut dan juga meyakinkan klien bahwa strategi yang ditawarkan PA CSR mendapat dukungan dari berbagai pihak, sehingga dapat berjalan dengan baik.

Penulis diminta melakukan *desk research* untuk mencari individu-individu yang kredibel atau bisa dijadikan sebagai *influencer*/endorser untuk proyek yang sedang dijalankan, seperti ahli atau pengamat terkemuka, kalangan akademisi, mantan pejabat negara, sampai mantan direktur atau pejabat organisasi-organisasi mendunia seperti *United Nations*.

Selain kredibel, *influencer* juga menghidari adanya *misscommunication* dan kebingungan. Kita harus tetap berhati-hati mengenai apa yang perlu dikatakan ke audiens dan juga kepada media. Para *influencer* ini tentu akan mengundang para media karena memiliki nilai tersendiri, sehingga media akan sering memintai influencer komentar mengenai topik tertentu yang akan lebih cepat diresap dan dipercayai oleh masyarakat. (Stuart dan John, 2007: 72)

Apabila penulis sudah menemukan sejumlah *influencer* yang memungkinkan untuk diajak bekerjasama, penulis kemudian mendiskusikannya kembali dengan rekan-rekan kerja, lalu membuat laporan kepada pimpinan. Setelah pimpinan memberikan instruksi *influencer* mana yang harus dihubungi, penulis dan rekan kerja baru menghubungi *influencer* tersebut, baik melalui telepon/*e-mail* ke sekretarisnya ataupun langsung kepada *influencer* yang dituju seperti Prof. Hardinsyah sebagai ahli

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

nutrisi dan akademisi Indonesia; Prof. Bungaran Saragih sebagai salah satu mantan menteri pertanian; Dr Taco Bottema sebagai mantan direktur *United nations* dalam bidang agrikultur.

3.3.3. *Event Management*

Event juga dapat menjadi salah satu *tools* dari strategi PR, dimana *Event Management* merupakan proses di balik perencahaan, pelaksanaan, dan evaluasi dari sebuah perusahaan, asosiasi, perusahaan Inon-profit, *pemerintah, atau pun kegiatan sosial.*(Bob Hard dalam eventplanning.about.com)

Ada banyak jenis dan kategori dari *event*, baik dari segi skala, betuk dan kontennya. Berdasarkan dari segi skala, *event* dapat dibagi menjadi 4 kelompok seperti Lokal/komunitas *event* di mana *event* ini sering menghasilkan berbagai manfaat dan juga memperkuat rasa memiliki. *major event* merupakan *event* yang berdasarkan skala dan *media interest*-nya mampu menarik sejumlah pengunjung, liputan media, dan manfaat ekonomi. *Hallmark events* merupakan acara yang mengacu pada peristiwa yang identik pada suatu kota atau wilahyah tertentu. *Mega-events*, merupakan acara yang begitu besar sehingga dapat mempengaruhi ekonomi secara keseluruhan dan diliput di media global.

Berdasarkan bentuk atau kontennya, *event* dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu, *Cultural events* dimana juga bisa dikatakan sebagai peristiwa besar dan juga terkait dengan pariwisata untuk menghasikan kegiatan usaha dan pendapat bagi masyarakat dan komunitas. *Sport events* merupakan acara yang penting dalam industry, karena kemampuannya yang dapat menarik pengunjung wisata, menarik peliputan media dan juga dampak ekonomi. *Business events*, meliputi konferensi, pameran, perjalanan insentif, dan acara korporat. (Bowdin, et.al., 2006:16-20)

Memasuki minggu ke-3 masa kerja magang, penulis dan rekan kerja lainnya mulai mempersiapkan *event High-Level Seminar Towards Increased Food Safety and Food Security in Tasikmalaya and Indonesia* yang diadakan di Universitas Siliwangi,

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

Tasikmalaya. *Event* ini digagas oleh kedutaan Kesultanan Oman untuk Indonesia dan dikoordinir oleh PA CSR dan juga Universitas Siliwangi yang menjadi partner PA CSR di Tasikmalaya. Penulis pun di-*briefing* oleh pembimbing lapangan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang harus dilakukan. Berhubungan tenaga kerja yang dimiliki PA CSR tidak banyak, maka penulis dan rekan kerja lainnya memerlukan tenaga ekstra untuk mengurus kesiapan Seminar dan juga berkoordinasi dengan pihak Universitas Siliwangi (UNSIL) yang berada di Tasikmalaya. Penulis ikut serta dalam pengerjaan *pre-event, event* dan juga *post-event*.

- *Pre – Event*

Setelah diinstruksikan oleh pembimbing, penulis kemudian menggunakan salah satu *tools* PR yaitu *media* relations dengan membuat *press release* yang berisikan informasi sekilas mengenai Seminar yang akan dilaksanakan dan untuk dikirimkan kepada pihak media, baik media lokal di Tasikmalaya maupun media nasional, maka penulis terlebih dahulu membuat *media database* jurnalis bisnis/ekonomi/keuangan dan agrikultur. PA CSR sendiri belum memiliki *media database* yang berkesinambungan, sehingga setiap ada kegiatan harus memulai mencari dari awal lagi dan menjadi kurang optimal.

Selanjutnya penulis menulis *press release* untuk dikirimkan ke pihak media. Sebelum mengirimkan kepada pihak media, *press release* yang dikerjakan oleh penulis harus mendapatkan persetujuan terlebih dahulu baik dari pembimbing lapangan dan juga pimpinan. Setelah itu *press release pun* dikirimkan ke berbagai media terkait, seperti bidang ekonomi/bisnis, dan juga agrikultur.

Konfirmasi para *speaker* pun dilakukan oleh rekan kerja penulis lainnya, sehubungan mereka sudah merupakan karyawan tetap yang kredibel. Tidak hanya mengundang *speaker*, PA CSR juga mengundang pengamat dari berbagai pihak seperti kementrian kesehatan, kementrian perhubungan luar negeri, dan juga BPOM.

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

Kunjungan ke Tasikmalaya ini tidak hanya dalam rangka Seminar saja, namun juga pihak kesultanan Oman, *expert speaker*, *influencer* dan NGO juga mengunjungi Bupati Tasikmalaya dan kelompok tani yang berada di desa Sukaratu, Tasikmalaya berkaitan dengan proyek yang akan dijalankan. Maka penulis juga harus berkoordinasi dengan pihak pemerintah lokal Tasikmalaya dan kelompok tani mengenai waktu kunjungan, memberi tahu mengenai tujuan kunjungan dan pokok-pokok bahasan yang di bahas oleh Duta Besar Oman, para ahli, *influencer* dan NGO.

Penulis juga tidak lupa untuk menyiapkan *media kit* yang berisikan informasi mengenai isu-isu yang akan dibawakan di Seminar dan kunjungan yang akan dilakukan selama di Tasikmalaya. Untuk hal-hal teknis, selain bekerja sama dengan Uiversitas Siliwangi, PA CSR juga berkoordinasi dengan pihak *Embassy of the Sultanate of Oman to Indonesia*, yang merupakan salah satu klien dari PA CSR.

- *Event*

Selama tiga hari kunjungan rombongan ke Tasikmalaya dari 13 – 15 Agustus 2014, rombongan mengunjungi beberapa tempat. Pada hari pertama, rombongan yang berisikan Duta Besar Kesultanan Oman, para ahli, *influencer* (akademisi), NGO, dan juga PA CSR mengunjungi bupati Tasikmalaya di balai kota untuk membina hubungan dengan pemerintah daerah. Pada kunjungan ini diadakan 2 sesi, yaitu sesi diskusi antara Kedubes Oman dengan Bupati, dan sesi acara makan siang (*lobbying)*.

Pada hari ke-2, 14 Agustus 2014 merupakan hari diadakannya Seminar, dimana para ahli, *influencer*, dan NGO menjadi *speake* dan pimpinan PA CSR menjadi *chairman*. Penulis menyiapkan *press kit* dan *media & guests registration* serta kelengkapan *dossiers* yang diperlukan selama berlangsungnya Seminar. Penulis juga membagiakan rangkuman-rangkuman informasi yang berkaitan kepada *audience* yang rata-rata juga merupakan akademisi di Tasikmalaya. Setelah Seminar selesai, rombongan pun pergi mengunjungi komunitas tani yang berada di desa Sukaratu

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

untuk melihat langsung kondisi pertanian di Tasikmalaya dan berdiskusi masalah apa yang dihadapi oleh petani dalam agrikultur dan pemasaran produk pertaniannya.

Dalam setiap kunjungan tentunya banyak wartawan yang dating untuk meliput, dan pada setiap kesempatan penulis juga berusaha memberikan keterangan dan informasi yang jelas kepada para wartawan mengenai kunjungan rombongan ke Tasikmalaya, dan sesekali menjawab pertanyaan-pertanyaan kecil dari para wartawan.

Pada hari ke-3, rombongan diajak untuk berpartisipasi dalam CSR *activities* dari PA CSR. Rombongan diajak untuk mendatangi sebuah SMPN di salah satu kecamatan Tasikmalaya.

- *Post – event*

Seusai *event* kunjungan dan Seminar ini berjalan dengan baik selama tiga hari, penulis mengirimkan surat ucapan terima kasih dalam bentuk *e-mail* kepada para speaker, pengamat, pihak UNSIL, pemerintahan Tasikmalaya dan komunitas tani (melalui camat-nya). Tentunya surat ini sebelum dikirim harus di periksa oleh pimpinan terlebih dahulu. Penulis kesulitan dalam menghubungi para rekan media, karena para rekan media tidak mengisi identitas disertai dengan nomor kontak atau *e-mail*-nya.

Penulis juga melakukan *media monitoring*, baik dari media cetak maupun *online* yang memuat pemberitaan mengenai kunjungan Tasikmalaya baik lokal media maupun media nasional. Sesuai dengan instruksi dari pimpinan, penulis mengumpulkan pemberitaan dan juga menyusunya dalam sebuah kliping dan tentunya di-*translate* dalam Bahasa Inggris, untuk diberikan kepada klien dan juga pihak internal PA CSR lainnya.

Seusai *event*, Penulis dan rekan kerja kantor lainnya mengumpulkan data-data baik itu rangkuman presentasi dari speaker, kesepakatan-kesepakatan yang telah

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

terbentuk hingga media monitoring untuk dijadikan *booklet* yang nantinya akan dicetak dan tentunya diunggah ke dalam PA CSR *website*.

Sungguh disayangkan, hasil *media monitoring* tersebut tidak dianalisa secara lebih lanjut, seperti *tone* pemberitaan, *Advertising Value Equivalency*. Dengan melakukan analisa tersebut, nilai PR dari acara tersebut akan menjadi nilai tambah dalam pertanggung jawaban kepada pihak klien ataupun *stakeholders* PA CSR lainnya.

3.3.4. Media Relations

Kegiatan *media relations* yang dilakukan penulis lebih banyak saat mau mengadakan suatu acara. PA CSR sendiri tidak melakukan kegiatan *media relations* secara rutin untuk membina para jurnalis dan pihak media. Penulis juga membuat *media database* untuk memudahkan pencarian selanjutnya, dikarenakan sebelumnya PA CSR tidak memiliki sistem yang berkelanjutan, sehingga harus mengulang dari awal lagi dan menjadi kurang optimal. Penulis juga menulis dan mengirimkan *press release* kepada pihak media dalam bentuk *e-mail*.

Seorang PR *consultant* Dan Janal mengemukakan kegunaan dari internet untuk metode dari mengontak media, seperti menghubungi wartawan menggunakakn *email* dibandingkan dengan telepon, berkomunikasi dengan wartawan menggunakan forum-forum *online*, mengirimkan email langsung kebeberapa orang sekaligus untuk menghemat waktu, dapat menyesuaikan pesan yang kita inginkan dengan kebutuhan jurnalis, bertindak sebagai sumber daya media, mencari sesuatu yang dibutuhkan wartawan seperti dari *mailing list and message boards*, membuat perpustakaan siaran pers, menulis artikel untuk majalah online, dan membuat konferensi atau seminar secara online. (Theaker, 2001: 153-144)

Berdasarkan Dan Janal, penulis sudah menggunakan beberapa teknik dari yang disebutkan di atas, seperti menghubungi wartawan dengan menggunakan *email*,

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

dan juga akan mengunggah hasil dari seminar (*booklet*) dalam situs resmi PA CSR sehingga dapat diperoleh dengan mudah.

Dalam periode magang, penulis melakukan *media relations* baik dalam *pre-event, event* dan *post-event.* Pada *pre-event* penulis mencari kontak-kontak media nasional maupun lokal Tasikmalaya dan menghubungi untuk memberikan informasi mengenai Seminar yang akan dilaksanakan, mengirimkan *media invitation* dan juga *press release.* Pada saat event juga penulis melakukan media relations dengan mengadakan *media registration*, membagikan *press kit* dan menjawab pertanyaan-pertanyaan kecil dari wartawan mengenai isi cara. Setelah *post-event* juga penulis sering menghubungi media untuk meminta *media coverage* dan juga *footage* untuk ditaruh dalam dokumentasi PA CSR dan juga diberikan kepada klien yang harus terlebih dahulu ditranslasi.

3.3.5. *Government Relations*

Seperti yang sudah disebutkan, dalam organisasi PA, selalu mengutamakan *credibility* dan *legitimacy*. Oleh karena itu, hubungan dengan pemerintahan sungguh dibutuhkan untuk mencapai *legitimacy* dari berbagai pihak.

Pemerintah setempat mimiliki kekuatan tertentu dalam perencanaan dan pelayanan sosial yang dibutuhkan dalam pelaksanaan poryek PA CSR. Menurut Thomson dan John (2007: 470), ada tiga tingkat pemerintahan, yaitu dewan dimana ada peran strategis dalam pemberian pelayanan seperti pendidikan, pelayanan sosial, polisi, pemadam kebakaran dan limbah, Kabupaten dimana penekanannya lebih ditempatkan di sisi pelaksanaan perencanaan dan pengembangan, kesehatan lingkungan, perumahan, dan sebagainya, dan *town councils* dimana adanya konsultasi dalam aplikasi perencanaan.

PA CSR sendiri terus menjalin hubungan baik dengan pemerintah lokal dan pusat untuk mencapai relasi yang baik dan mendapatkan *legitimacy* untuk proyek-

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

proyek yang akan dijalankan. PA CSR juga secara rutin men-*update* baik pemerintah lokal ataupun nasional mengenai proyek yang sedang dijalankan.

Dalam berbagai kesempatan, penulis diikutsertakan dalam *meeting/lobbying* yang dilakukan langsung oleh pimpinan PA CSR dengan orang pemerintahan. Penulis diperbolehkan melihat proses dan juga mendapatkan tugas untuk mencatat dan membuat laporan yang nantinya akan dikirimkan kepada pimpinan dan juga pihak internal. Setelah acara selesai, penulis juga diminta untuk membuat *draft thank you letter* untuk nantinya dikirimkan kepada pihak pemerintah Tasikmalaya, yang tentunya harus ditranslasi terlebih dahulu dan setelah mendapat persetujuan dari pimpinan, pimpinan sendiri yang akan mengirimkan surat tersebut kepada pihak pemerintah.

3.3.6. *Lobbying*

Lobbying merupakan tindakan yang dirancang untuk mempengaruhi tindakan dari lembaga-lembaga pemerintah. Ini berarti mencakup semua bagian pemerintah, baik pemerintah pusat maupun lokal dan bagian publik lainnya. (Miller dalam Thomson dan John, 2007: 3). Lobi juga melibatkan suatu upaya langsung yang bertujuan untuk mempengaruhi legislative dan keputusan regulasi di pemerintahan dan *publc affairs* adalah sebagai usaha khusus public relations yang dirancang untuk membangun dan memelihara hubungan masyarakat dan pemerintah. (Cutlip et.al. dalam Theaker: 2001: 130)

Lobbying merupakan suatu bagian yang akan selalu penting dari proses demokrasi, sehingga sangat memungkinkan untuk membayar konsultan untuk suatu saran politik bukan kepada pengusaha, seorang dermawan dan ahli perdagangan karena mereka bukanlah seorang ahli dalam sistem politik. (Thomson dan John, 2007: 4).

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

Kegiatan lobi ini juga dilakukan oleh pimpinan perusahaan, dimana pimpinan merupakan seorang yang kredibel di mata orang-orang penting dan berpengaruh yang ada.

Lobi yang dilakukan PA CSR juga tentu bertujuan unutuk mendapatkan *legitimacy* dukungan dari pihak pemerintah dalam menjalankan proyek-proyek. PA CSR juga sangat teliti dalam memilih pihak pemerintah yang diajak kerjasama atau dilobi, karena PA CSR sangat menjunjung tinggi *transparency* dan tidak ada kompromi dengan korupsi. Dalam Thomson dan John (2007:39), dikatakan bahwa tahap pertama untuk lobi adalah memahami lingkungan politik di mana anda beroperasi, ini berarti mengetahui jalan sekitar di lembaga-lembaga politik dan pemerintah yang dibutuhkan untuk diberi *influence.* Dan juga perlu diketahui bahwa politik itu dapat bervariasi dari hari ke hari.

Dalam beberapa kesempatan, penulis diikutsertakan dalam kegiatan melobi *influencer* dan *stakeholders*. Penulis juga dilibatkan dalam pembuatan presentasi yang nantinya akan diperiksa kembali oleh pimpinan sebelum dipresentasikan. PA CSR seringkali melobi dengan cara memberikan presentasi atau gagasan kepada pihak tertentu ataupun dalam bentuk jamuan makan dan minum. Namun tentu yang melakukan lobi adalah pimpinan dan penulis hanya melihat dan mencatat proses untuk dilaporkan kembali ke pimpinan dan pihak internal. Dalam proses *lobbying*, penulis jugs terkadang diberi tugas sebagai *meeting interpreter*, dimana biasanya ada kendala dalam Bahasa antara influencer/*stakeholders* dengan pimpinan, karena tidak mengerti Bahasa asing.

3.3.7. *Community Relations Activities*

Penulis juga berkesempatan untuk ikut memperhatikan berlangsungnya acara pertemuan klien dengan komunitas sebagai *stakeholders*-nya. Pada kesempatan ini penulis dapat melihat bahwa dengan berkunjungnya klien ke lapangan langsung dan melihat apa yang terjadi, berdiskusi dengan komunitas mengenai apa yang mereka

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

perlukan dan butuhkan, maka pihak klien dan PA CSR pun mengetahui secara jelas apa yang diinginkan oleh komunitas tersebut, dan program strategi CSR apa yang cocok untuk dilaksanakan.

Menurut Gregory dalam Iriantara (2004: 21), *community relations* atau hubungan komunitas merupakan hubungan bisnis yang saling menguntungkan dengan para *stakeholders*-nya agar meningkatkan reputasi dari suatu korporat untuk menjadi perusahaan yang baik untuk masyarakatnya. *Community relations* juga merupakan kegiatan *public relations*, sehingga program dan kegiatan dari *community relations* juga melalui tahap-tahap proses *public relations* seperti, Pengumpulan fakta, perumusan masalah, perencanaan dan pemrograman, aksi dan komunikasi serta evaluasi.

Dalam kesempatan kunjungan ke Tasikmalaya untuk bertemu langsung dengan komunitas tani, penulis dapat melihat bagaimana PA CSR dan klien mengumpulkan fakta-fakta yang ada di lapangan serta mencari tahu permasalahan apa yang ada dengan duduk bersama dan berdiskusi dengan komunitas tani.

3.3.8. Community Development

Community developmeni atau sering disebut dengan Comdev merupakan bentuk aktualisasi CSR, yang bertujuan untuk membangun kembali kebutuhan manusia, membangun sstruktur-struktur kesejahteraan, ekonomi, birokrasi, dan juga elit profesional. (Ife dan Tesoriero, 2008: 409)

Comdev juga memiliki beberapa tahapan seperti *mapping* untuk menidentifikasi kebutuhan masyarakat, perencanaan program, sosialisasi, implementasi, evaluasi dan *monitoring*.

Comdev yang dilakukan oleh PA CSR beserta rombongan saat berkunjung ke Tasikmalaya baru sampai tahap mapping untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi masyarakat, terutama dalam masalah edukasi, dan lingkungan. Sehingga dapat membuat program pemberdayaan melalui pendidikan dan juga peningkatan

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

kesadaran mengenai pentingya edukasi untuk melengkapi masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan keberdayaan mereka, sehingga masyarakat memiliki gagasan, pemahaman, dan ketrampilan kerja yang dapat menuju perubahan efektif dan berkelanjutan. (Ife dan Tesoriero, 2008: 350)

3.3.9. CSR Activities in Tasikmalaya

Inisiatif *Corporate Social Responsibility* merupakan kegiatan utama yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendukung masalah sosial dan untuk memenuhi komitmen CSR suatu perusahaan.

Kotler dan Lee (2005:22-24) telah mengidentifikasi 6 alternatif program CSR yang dapat dijalankan. *Cause Promotions*, dimana perusahaan berusaha untuk membangun suatu kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap suatu masalah sosial. *Cause Related Marketing*, perusahaan berkomitmen untuk menyumbangkan sejumlah presentasi dari penghasilan perusahaan untuk suatu kegiatan sosial (berdasarkan penjualan dari produk). *Corporate Social Marketing*, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan suatu kampanye untuk merubah perilaku masyarakat dengan tujuan sosial seperti, untuk peningkatan kesehatan, keselamatan publik, kelestarian lingkungan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. *Corporate Philanthropy*, perusahaan berkontribusi langsung secara cuma-cuma dalam bentuk uang tunai, sumbangan dan sebagainya. *Community Volunteering*, perusahaan mengikutsertakan para karyawan, pemegang *franchise* atau bagian dari perusahaannya untuk meluangkan waktu mereka secara sukarela untuk membantu organisasi atau komunitas lokal atau kelompok masyarakat yang menjadi target program. Dan yang terakhir adalah *Social Responsible Business Practice*, merupakan praktik bisnis di mana perusahaan melakukan investasi untuk memecahkan suatu masalah sosial dan juga untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas ataupun untuk melindungi lingkungan hidup.

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

Dalam praktiknya, PA CSR seringkali memadukan beberapa jenis program CSR, baik dalam perencanaan untuk klien maupun untuk kegiatan CSR dari PA CSR sendiri yang tentunya bertujuan untuk mencapai kegiatan CSR yang optimal dan juga menguntungkan masyarakat lokal.

Credibility juga merupaan panutan PA CSR untuk menunjukan kepada klien dan *stakeholders* lainnya bahwa PA CSR merupakan konsultan yang memiliki kredibilitas. Tidak hanya memberikan *advice* mengenai CSR kepada klien, namun PA CSR sendiri memiliki kegiatan *corporate social responsibility*-nya sendiri melalui Tasik Children Foundation (TFC), dimana PA Group memiliki perusahaan perusahaan *non profit* , PA International Foundation dan didonasikan untuk membantu anak-anak yang berada di Tasikmalaya.

Pada kesempatan magang ini penulis beruntung karena memperoleh kesempatan untuk melihat langsung dan terlibat dalam salah satu CSR perusahaan yang diusung oleh TFC untuk melakukan pengecatan sekolah, dan PA CSR memberikan hadiah *notebook* kepada siwa-siswi berprestasi. Penulis berkesempatan mengunjungi dua sekolah dalam kunjungan yang berbeda, dengan kegiatan yang serupa, yaitu membantu mengecat sekolah, dan memberikan hadiah bagi anak yang berprestasi.

Menurut Kotler dan Lee (2005:22-24) ada 6 jenis alternative program CSR. Selama praktik kerja magang penulis, PA CSR melakukan beberapa paduan dari 6 jenis program CSR ini, seperti *corporate philanthropy*, dimana PA Group memberikan secara Cuma-Cuma hadiah berupa *notebook* kepada siswa-siswi berpretasi, dan juga dengan *community volunteering*, dimana karyawan termasuk penulis meluangkan waktu secara sukarela untuk membantu pengecatan sekolah di Tasikmalaya.

Tidak hanya untuk kegiatan CSR dari PA Group sendiri, PA CSR juga seringkali memadukan strategi-strategi program CSR utuk membuat program yang menarik dan menguntungkan bagi klien, seperti dengan *social responsible business*,

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

dimana perusahaan/pihak asing melakukan investasi untuk membantu masyarakat lokal.

3.3.10. *Internal Communications*

Rapat internal merupakan salah satu bagian dari komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi sendiri diartikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi. (Pace dan Faules, 2001:143)

Dalam komunikasi organisasi, terdapat 4 arah aliran informasi. Yang pertama adalah Komunikasi ke Bawah, yang berarti informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah. Komunikasi Horisontal, dimana penyampaian informasi di antara rekan-rekan sederajat dalam unit kerja yang sama. Komunikasi Lintas-Saluran, munculnya keinginan pegawai untuk saling berbagi informasi melewati batas-batas fungsional dengan individu yang tidak menduduki posisi atasan maupun bawahan. Komunikasi Informal, Pribadi, atau Selentingan, bila antara pegawai saling berkomunikasi satu sama lainnya tanpa mengindahkan posisinya dalam organisasi, factor-faktor yang mengarahkan aliran informasi lebih bersifat pribadi. (Pace dan Faules, 2001: 183-201)

Rapat internal yang dilakukan PA CSR dilakukan secara berkala untuk membahas tugas-tugas yang diberikan oleh pimpinan dan juga untuk membagi tugas. Pimpinan PA CSR sendiri tidak selalu berada di Indonesia dikarenakan pimpinan PA CSR merupakan warga negara asing sehingga rapat internal dengan pemimpin hanya dilakukan saat pimpinan sedang berada di Jakarta. Rapat internal biasanya berisikan mengenai *brief* mengenai *on-going* project, bagaimana perkembangannya dan apa *next step* yang harus dilakukan oleh PA CSR selanjutnya.

Penulis juga selalu diikutsertakan dalam setiap kegiatan internal meeting untuk mengetahui perkembangan proyek dan juga membagi tugas. Pada setiap kesempatan internal meeting, penulis juga diberi kesempatan untuk mengemukakan

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

pendapat dan ide-ide ataupun pertanyaan agar tidak terjadi pemahaman yang salah dan setiap karyawan PA CSR memiliki pemahaman yang sama dan adanya komunikasi dua arah yang lancar.

3.3.11. Document Translation / Intepreter

Seperti yang sudah dituliskan sebelumnya, PA CSR merupakan konsultan multi-nasional dengan klien-klien yang berasal dari manca negara dan juga memiliki kantor-kantor lainnya yang berada di berbagai belahan dunia. Oleh karena itu, semua dokumen, artikel dari media monitoring, laporan internal, laporan untuk klien harus menggunakan Bahasa Inggris.

Selama periode kerja praktik magang, penulis seringkali diminta tolong untuk mentranlasi baik itu dokumen ataupun surat dari Bahasa Indonesia ke Bahasa Inggris, dan begitu pula selanjutnya, karena tidak semua *stakeholders* di Indonesia bisa menggunakan Bahasa asing. Untuk menghindari kesalahpahaman, maka dokumen atau surat tersebut ada baiknya ditranslasi terlebih dahulu. Setelah ditranslasi penulis mengirimkannya kepada *supervisior* dan nantinya beliau akan mengirimkan kepada *stakeholders* yang dituju. Namun jika hanya untuk pihak internal dan pimpinan, penulis sendirilah yang mengirimkannya.

Jenis dokumen yang seringkali harus di translasi adalah artikel atau pemberitaan dari media massa Indonesia untuk *daily headlines* kepada pimpinan dan juga rekan kerja di negara lain ataupun untuk klien.

Translasi yang dilakukan oleh penulis adalah dengan kata per kata dan tidak mengubah isi dan makna dari suatu berita. laporan, ataupun surat.

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

3.3.12. Kendala yang Ditemukan

3.3.12.1. Budaya Organisasi

Dengan memiliki latar belakang perusahaan multi nasional, maka seluruh kegiatan korespondensi, laporan, dan sebagainya diwajibkan menggunakan Bahasa Inggris. Dalam awal masa kerja praktik magang, penulis tentu perlu menyesuaikan dan beradaptasi dalam menggunakan Bahasa Inggris, terutama dalam penulisan. Tidak hanya dalam tulisan, penulis juga perlu beradaptasi dengan percakapan dalam Bahasa Inggris, karena dalam beberapa kesempatan penulis berhadapan langsung dengan klien yang tidak mengerti Bahasa Indonesia.

Karena belum terbiasa menggunakan Bahasa Inggris dalam penulisan, penulis membutuhkan waktu yang cukup lama untuk membuat laporan untuk diserahkan kepada pimpinan. Penulis juga harus bisa memilih kata yang tepat agar tidak terjadi miskomunikasi.

Pimpinan PA CSR sendiri merupakan warga negara Belgia dimana beliau sudah sangat terbiasa dengan budaya barat begitu pula klien-klien dari PA CSR yang bertaraf internasional.

Perbedaan budaya ini sempat menjadi kendala bagi penulis, dimana cara kerja budaya barat sangatlah lugas dan cekatan, dan pemimpin menganggap budaya barat dapat diterapkan dengan mudah di Indonesia. Penulis mengalami kendala saat berkoordinasi dengan salah satu institusi di Indonesia, dimana mereka sering menunda-nunda sehingga penulis membutuhkan waktu yang lebih lama dari harapan pimpinan.

Kendala lainnya adalah saat kunjungan ke Tasikmalaya, dimana Tasikmalaya merupakan kota Santri, sehingga pimpinan dan klien tidak bisa menerapkan kebudayaan meminum *wine* di tempat umum dengan mudah. Padahal seringkali kegiatan tersebut merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan untuk melobi.

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

3.3.12.2. Pengelolaan waktu yang belum terkoordinasi dengan baik antara pimpinan dan karyawan.

Dalam minggu-minggu awal praktik kerja magang, penulis dihadapkan dengan kondisi H-7 dimana seharusnya seluruh persiapan sudah mulai mencapai tahap akhir, namun masih banyak yang harus dikerjakan demi terlaksananya *High-Level Seminar: Towards Increased Food Safety and Food Security in Tasikmalaya and Indonesia.* Penulis, pembimbing lapangan serta senior penulis mendapat banyak pekerjaan baik dalam ruang lingkup *media relations*, koordinasi dengan pihak-pihak lain, dan juga permasalahan teknis yang ada. Dengan jumlah staff yang terbatas tentu hal ini sangatlah berat dan penulis harus dapat memilah pekerjaan yang prioritas untuk dikerjakan terlebih dahulu.

3.3.12.3. Perbedaan persepsi mengenai hubungan antara *public relations* dengan *corporate social responsibility*

Dengan memiliki latar belakang sebagai mahasiswa jurusan Public Relations, penulis selalu mendapatkan pemahaman bahwa *corporate social responsibility* merupakan salah satu strategi dari *public relations* dan memiliki hubungan yang erat. Sudah banyak perusahaan yang meletakan divisi CSR dibawah divisi PR.

Namun, PA CSR menyatakan bahwa perusahaan ini bukanlah perusahaan konsultan *public relations*, melainkan konsultan *public advice* yang berfokus pada program CSR. Menurut pimpinan PA CSR, *corporate social responsibility* harus dilakukan sebelum perusahaan tertentu memperoleh izin usaha dan memiliki sifat bertanggungjawab mengenai persiapan atau pencegahan.

Oleh sebab itu penulis terkadang mengalami kesulitan dalam melakukan analisis dan juga mengemukakan pendapat terkait dengan *public relations*. Namun pada praktiknya, penulis tetap harus melaksanakan konsep-konsep PR untuk mendukung pelaksanaan proyek yang sedang dijalankan.

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014

3.3.12.4. *Reporting*

Pada awal penerimaan kerja praktik magang, penulis diminta untuk menandatangani surat konfidensial demi menjaga kerahasiaan strategi dari PA CSR. PA CSR membatasi publikasi mengenai keunggulan dirinya, perusahaan ini merasa hal-hal di balik layar tidak perlu diberitahu ke publik karena dapat menimbulkan perbincangan yang luas.

Karena adanya konfidensialitas ini, penulis juga seringkali mengalami hambatan untuk menuliskan laporan atau informasi untuk *stakeholders* dan juga dalam pekerjaan laporan magang yang ditulis oleh penulis.

3.3.12.5. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala seperti perbedaan budaya, dan reporting, sebelum mengerjakan tugas dari pimpinan, penulis seringkali mendiskusikannya kembali bersama pembimbing lapangan (Alm) Liya Djajadisastra dan juga rekan kerja lainnya yaitu, Sely Ginting, Novena Sadikin dan Tina Herawati agar meminimalisir kesalahan yang dibuat. Tidak jarang pula penulis mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang kurang dimengerti. Mereka sudah memiliki pengalaman dan jam terbang yang lebih dari penulis, sehingga penulis seringkali diberi masukkan dalam penyelesaian tugas. Penulis juga seringkali meminta bantuan untuk menulis laporan ke *stakeholders* karena banyak hal yang sifatnya konfidensialitas, sehingga memerlukan pemilihan kata yang tepat.

Penyusunan perencanaan csr..., Joceline Mardella Wardana, FIKOM UMN, 2014