



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.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kerja magang dilaksanakan hampir 3 (tiga) bulan lamanya di Departemen *Corporate Communication* PT Frisian Flag Indonesia. Departemen *Corporate Communication* memiliki tugas dan tanggung jawab dalam menjalin dan membina hubungan baik dengan pihak internal dan eksternal melalui berbagai aktivitas *Public Relations*, maka kedudukan *internal communication* berada dibawah tanggung jawab Departemen *Corporate Communication*.

Departemen ini berfungsi strategis dimana dapat berhubungan langsung dengan *Managing Director*, sebagai pimpinan puncak perusahaan dan *Board of Director* (BOD). Departemen ini juga merupakan salah satu departemen yang berdiri sendiri di PT Frisian Flag Indonesia, tetapi merupakan bagian dari *supporting departement* yang bertugas mendukung jalannya *core business* perusahaan, seperti *Operation*, *Trade Marketing*, dan *Consumer Marketing*.

Kedudukan penulis dalam kerja magang di Departemen *Corporate Communication* PT Frisian Flag Indonesia berada dibawah bimbingan Viyanthi Silvana, selaku *Internal Communication & Publication*. Tugas dan tanggung jawab utama dalam kerja magang adalah membantu dalam mengelola media internal yang dimiliki oleh PT Frisian Flag Indonesia, seperti televisi dan *social media monitoring*. Dalam melaksanakan tugas harian, penulis dibantu oleh pihak dari *agency* PT Dua Media, yang berperan dalam aktivitas mengelola media internal PT Frisian Flag Indonesia.

Selain itu, selama melaksanakan kerja magang di Departemen *Corporate Communication* PT Frisian Flag Indonesia, penulis diberi tugas oleh pembimbing lapangan untuk untuk menyusun daftar pertanyaan dan menyebarkan *survey* mengenai *website* PT Frisian Flag Indonesia. Berbagai jenis pekerjaan baik yang berhubungan dengan *Public Relations* dalam mengelola media internal maupun administrasi seperti membantu membungkus Flagazine dan hadiah “Frisian Flag *Photo Story*”, yang merupakan tanggung jawab dari Departemen *Corporate*

Communication juga dilaksanakan. Selama pelaksanaan kerja magang tersebut, banyak pembelajaran yang didapatkan, terutama dalam mengelola media internal yang dikelola oleh Departemen *Corporate Communication* PT Frisian Flag Indonesia.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Aktivitas sehari-hari yang dilakukan selama melaksanakan kerja magang di Departemen *Corporate Communication* PT Frisian Flag Indonesia adalah melakukan *social media monitoring* yang kemudian dilaporkan kepada pembimbing lapangan setiap harinya. *Social media monitoring* dilaksanakan untuk memantau komentar-komentar dari *followers* yang tidak atau belum sempat terjawab oleh admin.

Selain itu, tugas lain yang diberikan oleh pembimbing lapangan adalah menyusun daftar pertanyaan dan menyebarkan *survey* mengenai *website* PT Frisian Flag Indonesia. Hasil *survey* tersebut kemudian akan dipergunakan sebagai referensi Departemen *Corporate Communication* untuk merekonstruksi desain dan konten *website* mereka di tahun mendatang.

Penulis berkoordinasi dengan pihak *agency* PT Dua Media dalam menjalankan aktivitas mengelola media internal PT Frisian Flag Indonesia, yaitu televisi yang terhubung dengan televisi di *lobby* PT Frisian Flag Indonesia, sehingga dapat ditonton baik oleh publik internal maupun eksternal yang sedang berada di *lobby* PT Frisian Flag Indonesia. Pengaturan *channel* acara televisi dan *running text* yang berisi tentang pengumuman-pengumuman penting mengenai perusahaan dalam televisi internal PT Frisian Flag Indonesia ini diatur dari lantai tiga, tempat Departemen *Corporate Communication* PT Frisian Flag Indonesia bekerja.

Untuk menyalakan dan mematikan televisi dan komputer yang berisi aplikasi untuk pengaturan *running text* dalam televisi internal tersebut, penulis bertugas bergiliran dengan pihak *agency* PT Dua Media. Selain mengatur konten *running text*, tugas lain yang dilaksanakan adalah membuat desain dan video yang berisi tentang foto-foto kegiatan PT Frisian Flag Indonesia yang ditampilkan dalam televisi internal.

Aktivitas *media monitoring* dilaksanakan oleh pihak *agency* CV Saranamedia. Tugas penulis hanya membaca laporan *media monitoring* yang dikirimkan oleh CV Saranamedia dan kemudian membuat laporan kepada pembimbing lapangan apabila terdapat berita dengan *tone* negatif yang berkaitan dengan perusahaan maupun produk PT Frisian Flag Indonesia.

Berikut ini tabel *timeline* aktivitas penulis selama melaksanakan kerja magang di Departemen *Corporate Communication* PT Frisian Flag Indonesia:



Tabel 3.1 *Timeline* Mahasiswa

| No | Pekerjaan | Juli | | | Agustus | | | | | September | | | | Oktober |
|--|--|------|-----|----|---------|----|-----|----|---|-----------|----|-----|----|---------|
| | | II | III | IV | I | II | III | IV | V | I | II | III | IV | I |
| 1 | PT Frisian Flag Indonesia | | | | | | | | | | | | | |
| | a. Mempelajari FFI | | | | | | | | | | | | | |
| | b. Penjelasan <i>job description</i> | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Departemen <i>Corporate Communication</i> | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Monitoring</i> | a. <i>Monitoring website</i> dan <i>sosmed</i> FFI | | | | | | | | | | | | | |
| | b. Membuat laporan <i>monitoring sosmed</i> FFI | | | | | | | | | | | | | |
| | c. Membuat <i>comfile</i> laporan <i>monitoring sosmed</i> FFI | | | | | | | | | | | | | |
| | d. Membaca laporan <i>media monitoring</i> FFI | | | | | | | | | | | | | |
| | e. Membuat laporan berita negatif tentang susu FF | | | | | | | | | | | | | |
| Rekonstruksi Website Frisian Flag Indonesia | a. Membuat analisis <i>plan</i> rekonstruksi <i>website</i> FFI (ppt) | | | | | | | | | | | | | |
| | b. Membuat pertanyaan <i>survey</i> rekonstruksi <i>website</i> FFI | | | | | | | | | | | | | |
| | c. Menyebarkan <i>survey</i> rekonstruksi <i>website</i> FFI | | | | | | | | | | | | | |
| | d. Membuat laporan hasil <i>survey</i> rekonstruksi <i>website</i> FFI | | | | | | | | | | | | | |

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

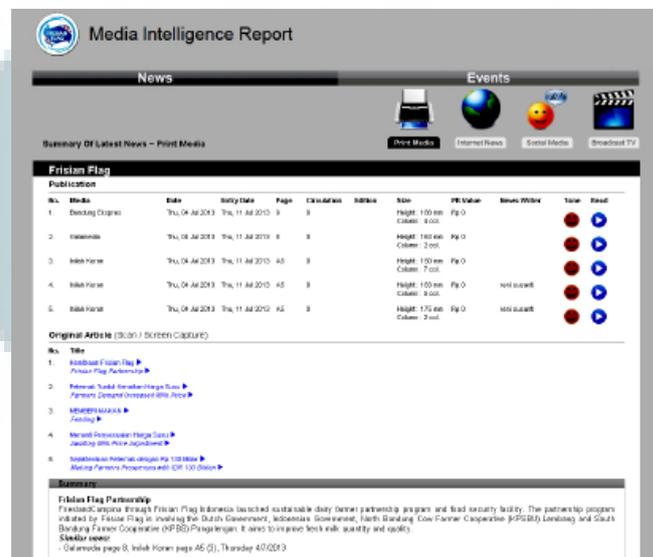
3.3.1.1 Monitoring

1. Media Monitoring

Media monitoring adalah proses pengumpulan berita yang terkait dengan isu yang terkait dengan perusahaan, baik itu mengenai isu yang dihadapi perusahaan, isu mengenai *core business* dan produk, isu mengenai kompetitor, dan lain-lain. *Media monitoring* meliputi media cetak dan online. Aktivitas *media monitoring* Departemen *Corporate Communication* PT Frisian Flag Indonesia ini dibantu oleh pihak *agency*, CV Saranamedia.

Setiap harinya, CV Saranamedia mengirimkan laporan *media monitoring* melalui *e-mail* ke Departemen *Corporate Communication*, khusus hari Senin laporan *media monitoring* berisi tentang laporan *media monitoring* hari Sabtu-Senin. Selama melaksanakan kerja magang, penulis juga dikirimkan *e-mail* laporan *media monitoring* dan membaca laporan tersebut.

Gambar 3.1 Contoh *Media Monitoring Report* Berita tentang PT Frisian Flag Indonesia



Gambar 3.2 Contoh *Media Monitoring Report* Berita tentang Kompetitor

| Competitors | | | | | | | | | |
|-------------|-----------------|------------------|------------------|------|-------------|---|-------------------------------------|----------|------------|
| Publication | | | | | | | | | |
| No. | Media | Date | Entry Date | Page | Circulation | Office | Size | PR Value | News Value |
| 1. | Siem & Kade | Tue, 18 Jul 2013 | Tue, 18 Jul 2013 | | 9 | No. 22 The Vol 03,20 Colore: 4 col. | Height: 139 mm Sp: 9 | | Deputy |
| 2. | Siem & Kade | Tue, 18 Jul 2013 | Tue, 18 Jul 2013 | 21 | 9 | No. 22 The Vol 03,20 Colore: 3 col. | Height: 139 mm Sp: 9 Jul 2013 | | |
| 3. | Warta Indonesia | Tue, 18 Jul 2013 | Tue, 18 Jul 2013 | 9 | 430000 | No. 1229 11-17 Jul Colore: 3 col. | Height: 209 mm Sp: 278,000-300 | | |
| 4. | Warta Daily | Tue, 18 Jul 2013 | Tue, 18 Jul 2013 | 27 | 66000 | | Height: 209 mm Colore: 2 col. | | |

| Original Article (Scan Screen Capture) | |
|--|--|
| No. | Title |
| 1. | PT Sarinmada Menjelajah Dunia Kepulauan Jember PT Sarinmada: Exploring Nutrition in Thousand Islands |
| 2. | Learn & Explore Untuk Anak "Life-Ready" Learn & Explore For "Life-Ready" Children |
| 3. | SDMT Dengan DONGKONG Feeling Healthy by Drinking Milk |
| 4. | Yoga Heli "Siapa Sehatku Itu Aku" di Fasilitas Publik Yoga Heli "Who's My Health? It's Me" at Public Facility |

| Summary |
|---|
| <p>PT Sarinmada: Exploring Nutrition in Thousand Islands Sarinmada hold "Jelajah Gizi/Nutrition Explore" program for the third time in Thousand Islands as a campaign "Let's Nutrition Literacy" to increase public knowledge and understanding of the nutritious food source, way to produce and utilize. Sarinmada invited journalists, bloggers, Professor of Bogor Agricultural University, Ahmad Subandono, and Chef Olyk, Buana up Masour Chef Indonesia 2.</p> <p>"Learn & Explore" for "Life-Ready" Children Nesle Danone Foodst 11.29.13 organized "Nutrition Learn & Explore" at the Alumni Mall Teran Anggnik, 07 July. The event featured 5 exciting game zones consisting of four real animal zones and biggest 4-dimensional Augmented Reality Experience in Indonesia which displays virtual animals like tycoon, mammoth, penguna, gajah and dolphins. This is one innovation to help realizing "Life-Ready" children.</p> <p>Feeling Healthy by Drinking Milk To increase energy and maintain stamina during fasting, it is recommended to consume milk. Growthlids as one pure pasteurized milk was made without the addition of any substance. The process was not heated by the heat so that the milk keeps its purity and natural nutrients contained in milk. This process will produce milk that is fresh and tasty.</p> |

Dalam *media monitoring* penting diperhatikan *tone* dari pemberitaan tersebut, yaitu positif, netral, dan negatif. Tugas penulis adalah melaporkan setiap berita yang berkaitan langsung dengan Frisian Flag Indonesia dan dengan *tone* negatif kepada pembimbing lapangan.

Gambar 3.3 Contoh Laporan Berita dengan *Tone* Negatif

Media Monitoring Report (13-15 Juli 2013)
Berita Negatif tta Susu

[1. Berita di situs berita merk_7 dan artikel di berbagai situs SPDM Provi Jember, tak layak konsumsi. \(berita di situs www.beritaonline.com di halaman Jember Susu Merk Jember\)](#)

Susu Kaleng Produksi Malaysia Dimusnahkan
Kamis, 11 Juli 2013 - 20:24:00 WIB

BERITA FOTO JEMBER,
Basis Pengawasan Pangan, Obat dan Makanan (BPOM) Provi Jember menemukan 10 kaleng susu kental manis produksi Malaysia yang tak layak konsumsi. Produk ini dijual di kawasan Jember Ekowis di jalan Jember Sudirman, Jember.

Selain itu, petugas juga menemukan **1 susu kental merk F & N dan 1 lagi merk Omelia yang tak layak konsumsi**. Total ada 10 susu kental manis tak layak konsumsi di temukan, lantaran kalengnya rusak atau sudah kedaluwarsa.

Kata Penasehat dan Penyidikhan pada BPOM Provi Jember, Drs Siti Agri, mengatakan, 10 susu kaleng yang tak layak konsumsi tersebut langsung dimusnahkan oleh petugas inspeksi dengan dibakar. BPOM di para susai media. Penemuan dilakukan dengan cara membongkar isi kaleng susu tersebut.

Siti mengatakan, untuk sementara pengelola inspeksi tidak diberikan sanksi, tapi hanya aural pengajaran agar tidak lagi menjual barang yang tak layak konsumsi. "jika sekali lagi melanggar, maka akan kita berikan sanksi. Inspeksi ini baru, jadi untuk sementara kita beri pengajaran", ungkapnya kepada jemberpost.com, saat penemuan.

Ia menyatakan, 10 kaleng susu kental manis yang dimusnahkan itu adalah produk Malaysia merk Jari di 300 gram. Di antaranya, pengelola inspeksi kawasan Jember Pasirnya, produk bernama Jari yang tidak layak konsumsi adalah nama dari inspeksi itu sendiri.

Menurut Siti, dari sekian banyak inspeksi yang di kunjungi oleh tim BPOM, cuma inspeksi Jember Ekowis yang barang tak layak, itu karena di muka-muka pengalannya yang selalu masak dan tak pernah terasum.

Siti yang dibantu BPOM kali ini dibagi empat tim. Tim pertama menemukan 10 susu kaleng tak layak konsumsi dan tim 2 menemukan 2 susu merk Seta yang kedaluwarsa di sebuah toko di Lorong Seta, VII 5, Kota Bar. Semua belum diberi sanksi. Hanya pengajaran. Kita masih akan ada sekali lagi, jika Siti.

Sementara itu, Asisten Manajer inspeksi Jember Ekowis, Agus Sunarto, mengatakan kaleng produk susu Jari memang sudah dari Jakarta dan ia tidak tahu pasti mengapa kerusakan tersebut. (*)

Reporter : Aid Saputra, Redaktur : Jari Yanto, Publisher : Didi Purwad
<http://jemberpost.com/berita-e-usu-kaleng-produksi-malaysia-dimusnahkan.html>

2. Social Media Monitoring

Menurut Financial Times, *social media monitoring is the active monitoring of social media channels for information about a company or organisation*

(<http://lexicon.ft.com/Term?term=social-media-monitoring>). Frisian Flag Indonesia memiliki lima buah akun *social media* yang aktif, yaitu tiga buah akun *facebook* dan dua buah akun *twitter*. Akun *facebook* tersebut adalah Frisian Flag dan *fan fage* Frisian Flag Indonesia, Ibu & Balita, serta Susu Cair Frisian Flag. Sedangkan akun *twitter* terdiri dari @susu_bendera dan @ibudanbalita.

Setiap kegiatan Frisian Flag Indonesia di *social media* dikelola oleh Departemen *Marketing*, sebelumnya dikelola oleh Departemen *Corporate Communication*. Oleh karena itu, Departemen *Corporate Communication* hanya melakukan *monitoring* tentang konten yang akan di-*posting* pada *social media* maupun beberapa komentar dari *followers* yang tidak atau belum sempat terjawab oleh admin.

Dalam kegiatan ini, penulis berperan untuk melakukan *social media monitoring* dengan membuat laporan berisi tentang *capture screen* dari komentar-komentar *followers* yang tidak atau belum sempat terjawab oleh admin maupun komentar-komentar negatif dari *followers* yang dapat menciptakan isu negatif tentang perusahaan maupun produk dari Frisian Flag Indonesia. Laporan tersebut dibuat setiap harinya selama jam kerja dan dikirim melalui *e-mail* kepada pembimbing lapangan sebagai referensi untuk memberitahu admin *social media* tentang komentar yang tidak atau belum sempat terjawab tersebut.

Gambar 3.4 Contoh *Social Media Monitoring* (Facebook)



Gambar 3.5 Contoh *Social Media Monitoring* (Twitter)



3.3.1.2 Rekonstruksi *Website* Frisian Flag Indonesia

1. *Survey* Rekonstruksi *Website* Frisian Flag Indonesia

Website merupakan salah satu *tools* bagi *Public Relations* untuk mengomunikasikan informasi tentang perusahaan kepada *stakeholders*. Agar *stakeholders* tertarik untuk mengunjungi *website*, maka diperlukan desain dan konten komunikasi yang *up to date* serta menarik. Departemen *Corporate Communication* Frisian Flag Indonesia, khususnya *Internal Communication & Publication* dibantu oleh PT Dua Media, berperan penting dalam mengelola *website* Frisian Flag Indonesia.

Situs *website* memiliki dua jenis halaman, yaitu *home page* dan *destination page*. *Home page* adalah halaman utama yang merupakan pintu masuk bagi pengunjung dan juga halaman yang pertama kali pengunjung lihat ketika mereka terhubung ke *website*. Untuk itu, orientasi pesan yang disampaikan dalam *home page* secara alami harus memimpin pengunjung menuju informasi yang lebih detail, biasanya memiliki bentuk *a high-level form of table of contents, typically the navigation buttons, and summarizes for visitors, often in bullet form, what they can expect to find on the site*. Sedangkan *destination page* merupakan halaman sekunder atau tersier berisi tentang informasi yang pengunjung ingin dapatkan (Newsom and Haynes, 2008 : 283).

Gambar 3.6 Tampilan *Home Page Website* PT Frisian Flag Indonesia



Menyadari desain dan konten komunikasi dalam *website* Frisian Flag Indonesia masih jauh dari yang diharapkan, Departemen *Corporate Communication* memiliki rencana untuk dapat memperbaiki *website* mereka. Tahap utama dalam setiap perencanaan kegiatan *Public Relations* adalah *research*. *Research is the systematic collection and interpretation of information to increase understanding* (Seitel, 2007 : 149).

Metode yang digunakan dalam perencanaan rekonstruksi *website* Frisian Flag Indonesia adalah metode *survey*. *Surveys are designed to reveal attitudes and opinions – what people think about certain subjects* (Seitel, 2007 : 153). *Survey* dibagi menjadi dua tipe, yaitu (Seitel, 2007 : 153):

1. *Descriptive surveys offer a snapshot of a current situation or condition.*
2. *Explanatory surveys are concerned with cause and effect.*

Tipe *survey* yang digunakan dalam perencanaan rekonstruksi *website* Frisian Flag Indonesia ini adalah *descriptive survey*.

Penulis ditugaskan oleh pembimbing lapangan untuk membuat kuesioner atau daftar pertanyaan yang disebarakan kepada 50 orang koresponden melalui *e-mail*. Setelah semua kuesioner diisi lengkap dan dikirim kembali oleh koresponden melalui *e-mail*, tugas selanjutnya adalah membuat laporan hasil *survey* tersebut dan membuat laporan rekonstruksi *website* Frisian Flag Indonesia. Laporan tersebut kemudian diserahkan kepada pembimbing lapangan sebagai referensi untuk melaksanakan perencanaan rekonstruksi *website* Frisian Flag Indonesia di tahun mendatang.

3.3.1.3 Mengelola Televisi Internal PT Frisian Flag Indonesia

1. Desain dan Video Foto Berita

Design is the act of bringing order to whatever surrounds us (Bivins, 2008 : 86). Dalam membuat desain dan video foto berita, data berupa foto beserta keterangannya diperoleh dari pihak *agency* PT Dua Media. Video foto berita ini merupakan wujud dari foto berita yang ditampilkan dalam *website* PT Frisian Flag Indonesia.

Selama proses pembuatan, penulis juga dibimbing oleh pihak *agency* PT Dua Media dalam menggunakan aplikasi untuk membuat video. Dalam proses pembuatan desain dan video foto berita digunakan aplikasi *Adobe Photoshop* untuk membuat desain dan aplikasi *Adobe Premiere* dalam membuat video.

Setiap video yang dibuat berdurasi hampir dua menit dan berisi dua hingga tiga foto berita tentang kegiatan eksternal maupun internal yang telah dilaksanakan oleh PT Frisian Flag Indonesia. Alunan musik instrumen juga ditambahkan untuk mengiringi *slide show* foto berita tersebut agar lebih menarik untuk ditampilkan di televisi internal PT Frisian Flag Indonesia sehingga dapat dilihat oleh karyawan bahkan publik eksternal

Gambar 3.7 Contoh Video Foto Berita



2. Mengelola Konten Televisi Internal PT Frisian Flag Indonesia

Televisi internal PT Frisian Flag Indonesia merupakan salah satu media internal yang digunakan Departemen *Corporate Communication* untuk berkomunikasi dengan publik internal mereka. Setiap pengumuman penting yang berkaitan dengan perusahaan ditampilkan dalam bentuk *running text* di sisi sebelah kanan dan bawah televisi. Konten *running text* harus dibuat dengan singkat, padat, dan jelas dikarenakan keterbatasan *space* untuk *running text* tersebut.

Selama melaksanakan kerja magang di Departemen *Corporate Communication* PT Frisian Flag Indonesia, penulis bertugas dalam mengelola televisi internal, salah satunya adalah membuat konten *running text* yang akan ditampilkan tersebut. Beberapa konten yang dibuat dan di-*posting* adalah informasi jadwal imsyak dan kultum, promosi bulan Juli-Agustus, undangan upacara peringatan HUT RI ke-68, pengumuman pemenang Safety Performance, pengumuman pemenang GMP Performance, dan promosi bulan September.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

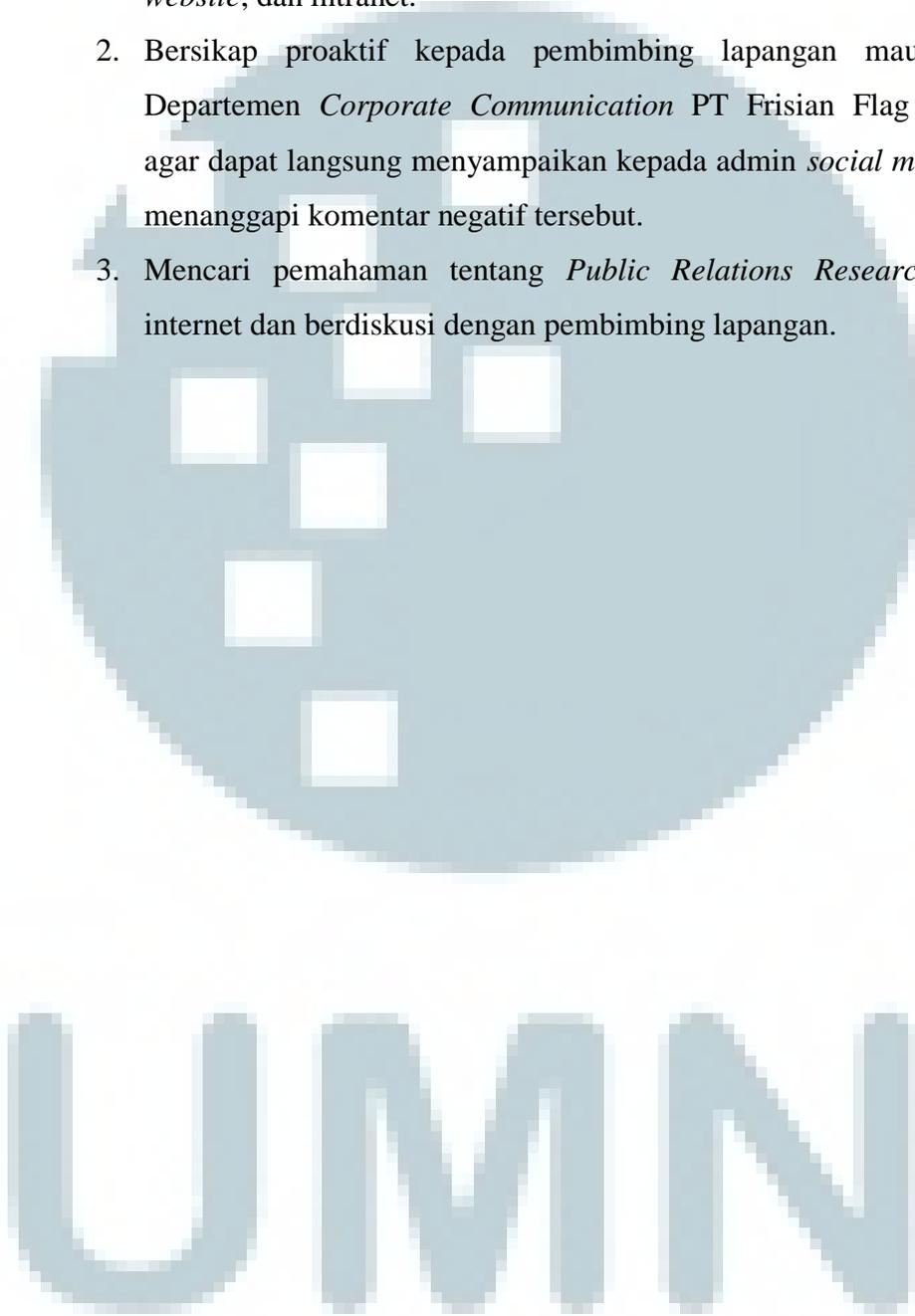
Berikut ini merupakan kendala-kendala yang ditemukan selama penulis melaksanakan kerja magang, yaitu:

1. Tidak ada evaluasi mengenai efektivitas pengelolaan media internal yang digunakan oleh PT Frisian Flag Indonesia.
2. Pengelolaan *social media* tidak ditangani oleh Departemen *Corporate Communication*, sehingga ketika ditemukan komentar negatif tidak dapat ditangani secara cepat.
3. Secara teknis, penulis masih kurang memahami pelaksanaan *Public Relations Research*.

3.3.3 Solusi Atas Kendala

Berikut ini merupakan solusi atas kendala yang ditemukan selama penulis melaksanakan kerja magang, yaitu:

1. Membaca data lapangan berupa hasil *survey* tentang *Flagazine*, *website*, dan *intranet*.
2. Bersikap proaktif kepada pembimbing lapangan maupun *staff* Departemen *Corporate Communication* PT Frisian Flag Indonesia agar dapat langsung menyampaikan kepada admin *social media* untuk menanggapi komentar negatif tersebut.
3. Mencari pemahaman tentang *Public Relations Research* melalui internet dan berdiskusi dengan pembimbing lapangan.



UMN