



### **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 3**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

Selama melakukan kegiatan kerja magang, penulis ditempatkan di divisi *Corporate Communication* departemen *Corporate Social Responsibility* dengan Therysiana Kumokong sebagai pembimbing lapangan. Therysiana Kumokong merupakan salah seorang *Supervisor* di departemen *Corporate Social Responsibility* yang utamanya menangani pilar *Building Human Capital* dengan Indofood Riset Nugraha (IRN) sebagai program unggulan.

Walaupun secara khusus penulis berada di departemen *Corporate Social Responsibility*, dalam pelaksanaannya penulis juga mendapatkan kesempatan untuk menjalani aktivitas *Public Relations* dan *Corporate Communication Support*. Sehingga, penulis telah mendapatkan pengalaman untuk melakukan aktivitas dari seluruh departemen *Corporate Communication* PT Indofood Sukses Makmur Tbk. yang meliputi *Corporate Social Responsibility*, *Public Relations*, dan *Corporate Communication Support*.

#### **3.2 Tugas yang Dilakukan**

Berikut adalah tugas yang dilakukan oleh penulis selama melakukan kegiatan kerja magang:

##### **1) *Corporate Social Responsibility***

- a) Menginventarisasi Proposal Kegiatan *CSR*
- b) Membuat *Review* Proposal
- c) Membuat *Internal Memorandum*
- d) Membuat *Resume Asian Forum on CSR*
- e) Membuat Indofood Riset Nugraha *Projects*
- f) Menyelenggarakan Kegiatan-Kegiatan *CSR*
- g) Membuat *Strategic Planning* untuk Program Inovasi *CSR*

##### **2) *Public Relations***

Berpartisipasi dalam *Event-event* Perusahaan.

### 3) *Corporate Communication Support*

Membuat Berbagai Laporan Perincian Lainnya.

Berbagai tugas yang dilakukan oleh penulis selama menjalani kegiatan kerja magang sesuai dengan sepuluh pekerjaan utama seorang *Public Relations Specialist*. Berikut sepuluh pekerjaan utama tersebut (Broom, 2009 : 53):

#### a. *Writing and Editing*

Kegiatan *Public Relations* tidak dapat terlepas dari dunia menulis. Penulisan yang dilakukan oleh seorang *Public Relations* antara lain adalah *slide show scripts*, *institutional advertisements*, *speeches*, *website*, dan lain sebagainya. Dalam hal menulis, selama melakukan kegiatan kerja magang, penulis telah membuat berbagai macam bentuk penulisan. Di antaranya adalah laporan pertanggungjawaban kegiatan, *microsite* Indofood Riset Nugraha, *cue card* untuk MC kegiatan Seminar Sehari Indofood Riset Nugraha, ucapan dalam plakat pembicara Seminar Sehari Indofood Riset Nugraha, proposal kegiatan, serta *review proposal* dan *internal memorandum*.

#### b. *Media Relations and Placement*

Tidak dapat dipungkiri bahwa media merupakan salah satu *stakeholders* utama dan terbesar perusahaan. Untuk itu, kegiatan *media relations* menjadi sangat penting. Dalam kaitannya dengan *media relations*, penulis pernah berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan *media relations* di PT Indofood Sukses Makmur Tbk., yakni pada saat acara buka bersama media. Pada acara ini, penulis berperan sebagai *usher*. Penulis juga mempersiapkan dan men-*display* hadiah serta *goodie bag* untuk para anak yatim maupun media.

#### c. *Research*

*Research* berarti melakukan pengumpulan informasi yang berkaitan dengan perusahaan dan *stakeholders* perusahaan, membuat *databases*, dan mendesain suatu program. Dalam pekerjaan PR di bidang *research*, penulis telah melakukan berbagai macam *research* saat membuat laporan

pertanggungjawaban kegiatan. Penulis melakukan *research* dengan mencari data di internet maupun menghubungi langsung narasumber informasi. Di samping itu, penulis juga melakukan *research* terhadap berbagai dokumen pada saat membuat *database* peserta Indofood Riset Nugraha periode 2013-2014.

**d. *Management and Administration***

Pekerjaan seorang PR di bidang *management and administration* antara lain mencakup *programming and planning in collaboration with other managers, defining publics, setting goals and objectives, developing strategy and tactics, administering personnel, budget, dan program schedules*. Pekerjaan penulis selama menjalani kerja magang di PT Indofood Sukses Makmur Tbk. di antaranya meliputi bidang *management and administration* ini. Sebagai contoh, penulis membuat *strategic planning* untuk inovasi program Indofood Riset Nugraha, membuat proposal dengan *budget* yang telah ditentukan untuk acara Pesantren Kilat Indofood, membuat *rundown* acara Audit Tahap I Indofood Riset Nugraha, serta membuat berbagai macam laporan perincian keuangan lainnya. Penulis juga melakukan inventarisasi proposal-proposal *sponsorship* yang masuk ke PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

**e. *Counseling***

Pekerjaan *counseling* utamanya dilakukan oleh seorang PR pada saat perusahaan tengah menghadapi masalah. PR akan membantu mencari jalan keluar yang dapat membuat reputasi perusahaan kembali positif. Untuk kegiatan *counseling* ini, penulis belum mendapatkan kesempatan untuk menjalankannya. Sebab, pekerjaan *counseling* membutuhkan keterampilan dan pengetahuan yang tinggi. Tidak semua orang dalam divisi *Corporate Communication* mampu melakukan kegiatan *counseling*.

**f. *Special Events***

*Event* atau yang lebih dikenal sebagai *special event* merupakan fenomena yang muncul dari kejadian-kejadian yang sifatnya non rutin, yang di dalamnya ada unsur hiburan, budaya, personal (khusus), atau tujuan perusahaan yang merupakan bagian dari aktivitas normal/kehidupan

sehari-hari, yang tujuannya adalah mencerahkan, merayakan, menghibur dan memberikan pengalaman terhadap sekelompok orang (Shone dan Parry, 2004). PT Indofood Sukses Makmur Tbk. seringkali menyelenggarakan berbagai macam *special events*. *Special events* yang diikuti oleh penulis merupakan *special events* untuk pihak internal, seperti Halal Bihalal, *Food Insight*, dan *Employee Factory Visit*.

**g. Speaking**

Sebagai komunikator, PR tentunya banyak melakukan pekerjaan dalam bentuk berbicara di depan publik. Aktivitas *speaking* dapat dilakukan PR dengan memberikan pidato, melakukan presentasi, dan lain-lain. Untuk kegiatan *speaking*, yang dilakukan oleh penulis selama menjalani kegiatan kerja magang yakni berkomunikasi dengan *stakeholders* program-program CSR. Bentuk *speaking* yang penulis lakukan adalah komunikasi persuasi melalui telepon, berdiskusi dengan peserta rapat, berkomunikasi dengan para pengaju *sponsorship*, dan mengkoordinasikan para penerima bantuan Hari Raya.

**h. Production**

*Production* berarti menciptakan komunikasi dengan menggunakan pengetahuan dan keterampilan multimedia, seperti fotografi, tata letak, dan *audiovisual presentation*. Contoh *production* yang berhasil dibuat oleh penulis selama melakukan kerja magang adalah *video profile* dari program Indofood Riset Nugraha dan *backdrop* untuk acara Seminar Sehari Indofood Riset Nugraha. Di samping itu, penulis juga menghasilkan aneka foto yang penulis dapatkan selama menjadi sesi dokumentasi di acara Pesantren Kilat Indofood.

**i. Training**

Sebagai seseorang yang ahli di bidang komunikasi, sudah menjadi pekerjaan seorang PR untuk melatih *internal stakeholders* mereka ketika hendak berbicara kepada publik. Pelatihan ini diberikan agar seluruh *internal stakeholders* dapat mengatakan hal yang sama kepada publik (*one voice*). Penulis belum pernah diberikan tanggung jawab untuk melakukan kegiatan *training*. Namun, penulis pernah mendengarkan saat salah

seorang karyawan *Corporate Communication* sedang memberikan *training* kepada karyawan lain. Saat itu, *training* komunikasi yang diberikan adalah tentang cara menjawab pertanyaan-pertanyaan yang masuk seputar pemberian hadiah dari Pop Mie. Beberapa orang mengaku telah menerima sms yang menyatakan bahwa mereka menjadi pemenang undian Pop Mie, padahal hal tersebut hanya tipuan.

**j. *Contact***

Pekerjaan *PR* dalam hal *contact* adalah *communicating*, *negotiating*, *managing conflict*, *meeting*, dan *hosting visitors*. Pada kategori pekerjaan ini, penulis pernah melakukan lobi dan negosiasi pada saat sedang melakukan survei lokasi untuk acara Pesantren Kilat Indofood (Pelatin). Di samping itu, penulis juga mengikuti dan mempersiapkan *meeting* untuk acara Pelatin. Pada saat *meeting* dilakukan dengan 16 kepala sekolah dari 16 SDN di Jakarta, penulis bersama dengan salah seorang *supervisor CSR* melakukan tugas *hosting visitors* dengan menyambut para kepala sekolah, menuntun alur pembicaraan, hingga berbuka puasa bersama dan bercakap-cakap dengan para kepala sekolah. Selain itu, pada saat *meeting* PISAgro 2013 yang mempertemukan berbagai perusahaan besar di Indonesia digelar, Indofood berperan sebagai tuan rumah. Penulis berpartisipasi di dalamnya dengan menjadi *usher* acara.

### **3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang**

Berikut uraian pelaksanaan kerja magang penulis selama menjalani tiga bulan kerja magang di PT Indofood Sukses Makmur Tbk. yang disertai dengan penjabaran berbagai kendala dalam proses pelaksanaannya:

#### **3.3.1 *Corporate Social Responsibility***

*Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah bentuk komitmen yang dimiliki oleh perusahaan untuk mengembangkan komunitas melalui berbagai macam pelaksanaan kegiatan bisnis perusahaan dan pemberian kontribusi terhadap sumber daya perusahaan (Kotler, 2005 : 3). Tujuan akhir dari *Corporate Social Responsibility*

adalah reputasi dan kelangsungan hidup perusahaan secara jangka panjang. Oleh karena itu, kegiatan *Corporate Social Responsibility* merupakan peran dan tanggung jawab dari divisi *Corporate Communication*.

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh penulis selama menjalani kerja magang:

**Tabel 3.1**

**Daftar Aktivitas *Corporate Social Responsibility***

No.	Kegiatan	Uraian
1	Menginventarisasi proposal kegiatan <i>CSR</i>	Mendata proposal-proposal pengajuan <i>sponsorship</i> yang masuk ke PT Indofood Sukses Makmur Tbk.
2	Membuat <i>review</i> proposal	Meringkas proposal <i>sponsorship</i> yang disetujui serta memberikan usulan bantuan.
3	Membuat <i>internal memorandum</i>	Membuat surat pembelian dan pengiriman produk kepada anak usaha terkait produk yang akan diberikan untuk kegiatan <i>sponsorship</i> .
4	Membuat <i>resume Asian Forum on CSR</i>	Membuatkan <i>resume Sponsor's Guide</i> dan <i>Sponsor's Benefits</i> .
5	Kartu Ucapan Lebaran dan Parcel Lebaran	a. Menulis kartu ucapan lebaran b. Membuat dan menghitung tanda terima parcel lebaran
6	Membuat Indofood Riset Nugraha <i>Projects</i>	a. <i>Database</i> Program Indofood Riset Nugraha periode 2013 – 2014 b. Laporan Program Indofood Riset Nugraha periode 2011 - 2012 dan 2012 – 2013 c. Sertifikat untuk Peserta Indofood Riset Nugraha periode 2012 – 2013 d. Struktur <i>microsite</i> baru untuk program Indofood Riset Nugraha
7	Menyelenggarakan kegiatan <i>CSR</i>	<b>a. Pesantren Kilat Indofood (Pelatin)</b> i. Membuat proposal dan pedoman acara ii. Survei lokasi iii. <i>Meeting</i> iv. Sekretaris v. Bendahara vi. Konsumsi

		<ul style="list-style-type: none"> <li>vii. Dokumentasi</li> <li>viii. Menyiapkan hadiah dan <i>goodie bag</i></li> <li>ix. Membuat laporan pertanggungjawaban kegiatan</li> </ul>
		<p><b>b. Pembagian Santunan Hari Raya</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Menghubungi penerima bantuan</li> <li>ii. Membuat tanda terima</li> <li>iii. Mengkoordinasikan keluar masuknya penerima bantuan ke lokasi pemberian bantuan</li> </ul>
		<p><b>c. PISAgro</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. <i>Usher</i></li> <li>ii. Menyiapkan dan mebagikan <i>goodie bag</i></li> </ul>
		<p><b>d. Donor Darah</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Registrasi</li> <li>ii. Konsumsi</li> </ul>
		<p><b>e. Audit Tahap I</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Menghubungi seluruh peserta Indofood Riset Nugraha periode 2013 - 2014 untuk membuat laporan <i>progress</i> dan kendala peserta</li> <li>ii. Membuat <i>nametag</i></li> <li>iii. Membuat daftar hadir</li> <li>iv. Membuat daftar penerima dana</li> <li>v. Membuat kategorisasi peserta</li> <li>vi. Membuat <i>rundown</i></li> </ul>
		<p><b>f. Seminar Sehari Indofood Riset Nugraha</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Membuat daftar hadir</li> <li>ii. Membuat <i>backdrop</i></li> <li>iii. Membuat plakat</li> <li>iv. Membuat <i>cue card</i></li> <li>v. Membuat <i>video profile</i></li> </ul>
8	<i>Strategic Planning</i>	Membuat sebuah program perencanaan untuk mengembangkan program Indofood Riset Nugraha.

Pekerjaan berupa menginventarisasi proposal kegiatan CSR, membuat *review* proposal, dan membuat *internal memorandum* merupakan pekerjaan sehari-hari penulis selama menjalani kegiatan kerja magang. Melalui rangkaian pekerjaan sehari-hari tersebut, penulis dapat menggambarkan PT Indofood Sukses Makmur Tbk. sebagai organisasi yang menggunakan pendekatan subjektif. Menurut

pandangan kelompok subjektif, realitas merupakan proses kreatif yang memungkinkan orang-orang menciptakan apa yang ada di luar sana. Organisasi dalam pandangan mereka berarti proses (Pace dan Faules, 2010 : 10-11). Mereka yang menganut pandangan subjektif tidak mengambil keputusan secara pihak, melainkan mendengarkan pendapat dari berbagai pihak.

Hal seperti itulah yang terjadi di PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Walaupun penulis hanya berstatus sebagai anak magang, penulis diberikan kebebasan untuk menyampaikan pendapat dalam hal pemberian usulan bantuan. Penulis berhak menyampaikan pendapat terkait apakah bantuan yang akan diberikan berupa dana, produk, pemasangan iklan, ataupun bentuk-bentuk lainnya. Jika bantuan yang diberikan adalah produk, penulis juga boleh memberikan usul tentang produk-produk apa saja yang akan diberikan dan kapan produk-produk tersebut akan dikirimkan. Tidak jarang pendapat penulis digunakan dalam pembuatan *review* proposal maupun *internal memorandum* tersebut.

#### **a) Menginventarisasi Proposal Kegiatan CSR**

Setiap harinya, terdapat banyak sekali proposal pengajuan *sponsorship* ataupun permohonan bantuan dana serta produk yang masuk ke PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Untuk itu, minimal satu minggu sekali, penulis harus menginventarisasi proposal-proposal tersebut.

Adapun inventarisasi ini berguna bagi PT Indofood Sukses Makmur Tbk. untuk melihat perkembangan trend *event* terkini dan peningkatan jumlah proposal yang masuk dari waktu ke waktu. Di samping itu, inventarisasi proposal juga berguna untuk melakukan *recheck* di kala para pengaju proposal mencoba mem-*follow up* proposal mereka.

Dalam membuat inventarisasi, terlebih dahulu penulis harus membaca proposal yang masuk secara cepat. Selanjutnya, penulis

akan mengkategorikan masing-masing proposal berdasarkan nama kegiatan, jenis kegiatan, jenis pengajuan proposal, nama pengaju proposal, status proposal, dan lain sebagainya. Seluruh pengkategorian ini akan dimasukkan ke *internal website* perusahaan yang secara khusus dibuat untuk *updating* inventarisasi proposal-proposal *sponsorship*.

#### **b) Membuat Review Proposal**

Apabila proposal yang masuk telah disetujui, maka penulis akan membuat *review* proposal. *Review* proposal merupakan rangkuman singkat atas proposal disertai dengan usulan bantuan yang akan diajukan kepada *CSR Manager*, *CSR Senior Manager*, dan *Corporate Communication General Manager*. *Review* proposal dibuat sebanyak satu sampai dengan dua halaman. *Review* dibuat dalam bentuk tabel berisi poin-poin agar dapat dibaca secara mudah dan cepat. Jika *CSR Manager*, *CSR Senior Manager*, dan *Corporate Communication General Manager* telah melakukan *approval* terhadap *review* proposal yang dibuat, barulah proposal bersangkutan dapat diproses lebih lanjut.

Kesulitan dalam membuat *review* proposal adalah ketika mengajukan usulan. Khususnya apabila usulan yang diberikan berupa bantuan produk, maka penulis harus menyesuaikan produk yang diberikan dengan ketersediaan *budget* dan jenis acara. Perhitungan *budget* tersebut juga harus tepat karena total *budget* yang dikeluarkan merupakan nilai *sponsorship* yang perusahaan berikan kepada pengaju proposal.

*Budgeting* merupakan salah satu tugas penting lain yang harus dapat dilakukan oleh seorang PR. Sebab, segala kegiatan PR termasuk *Corporate Social Responsibility* memerlukan *budget* yang tidak sedikit. Apabila *budget* yang dikeluarkan tidak sebanding dengan hasil yang didapatkan, maka hal itu menunjukkan kegagalan seorang PR dalam membuat *budget*.

**c) Membuat *Internal Memorandum***

Jika bantuan atau *sponsorship* yang diberikan berupa produk, penulis akan membuat *internal memorandum* kepada anak usaha PT Indofood Sukses Makmur Tbk. terkait produk yang akan diberikan tersebut. Anak usaha yang dimaksudkan dapat saja PT Indomilk, PT Indomarco Adi Prima, PT Salim Ivomas Pratama, dan masih banyak lagi.

*Internal memorandum* berisi permintaan produk-produk (dirincikan satu per satu) yang akan diberikan kepada pengaju proposal, serta alamat dan waktu pengiriman. Dengan adanya *internal memorandum*, anak usaha terkait dapat menyediakan produk-produk sesuai permintaan dan dikirimkan langsung kepada pengaju proposal.

**d) Membuat *Resume Asian Forum on CSR***

*Asian Forum on CSR* merupakan sebuah forum tingkat Asia yang mempertemukan perusahaan-perusahaan dari berbagai negara di Asia untuk membahas tentang pelaksanaan kegiatan CSR. Pada forum ini, perusahaan yang telah mendaftarkan diri sebagai peserta akan saling bertukar pikiran tentang makna dari CSR dan kegiatan-kegiatan CSR yang mereka lakukan.

Forum besar ini dihadiri oleh berbagai perusahaan besar, baik nasional maupun multinasional. Melihat peluang emas tersebut, Indofood pun berpartisipasi di dalamnya.

Dalam acara *Asian Forum on CSR*, penulis ditugaskan untuk membuat resume *sponsor's guide* dan *sponsor's benefits*. *Sponsor's guide* berisi materi-materi *sponsorship* yang harus dikumpulkan oleh Indofood kepada pihak penyelenggara kegiatan beserta *deadline* pengumpulan materi-materi tersebut. Materi yang harus dikumpulkan antara lain *marketing tools*, nama-nama perwakilan yang akan diberikan *transferrable seats*, dan masih banyak lagi. Sementara *sponsor's benefits* berisi manfaat-manfaat yang didapatkan oleh

Indofood sebagai sponsor. Kedua *resume* ini dibuat dalam bentuk tabel berisi poin-poin dan penjelasan dalam bahasa Inggris.

#### e) **Kartu Ucapan Lebaran dan Parcel Lebaran**

Menurut Harold Laswell, komunikasi dapat digambarkan dengan kalimat berikut: *who says what in what channel to whom with what effect* (Mulyana, 2009 : 147). Artinya, di dalam komunikasi sedikitnya terdapat lima elemen penting: komunikator atau pengirim pesan (*Who*), pesan yang disampaikan (*What*), medium penyampaian pesan (*Channel*), komunikan atau penerima pesan (*To Whom*), dan efek yang diterima oleh penerima pesan (*Effect*).

Penerapan dari model komunikasi Laswell tersebut digunakan oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk. untuk menjaga relasi dengan para *stakeholders* perusahaan. Sebagai komunikator, PT Indofood Sukses Makmur Tbk. menyampaikan ucapan selamat Hari Raya Idul Fitri (*What*) melalui pengiriman kartu ucapan Lebaran dan parcel Lebaran (*Channel*) kepada para *stakeholders*-nya yang merayakan Idul Fitri (Seperti media, tim pakar Indofood Riset Nugraha, orang-orang pemerintahan, dan lain sebagainya – *To Whom*). Hasil yang didapatkan adalah para *stakeholders* tersebut merasa senang dan berterimakasih kepada PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Dari sini, penulis pun mengasumsikan bahwa relasi yang terjalin di antara PT Indofood Sukses Makmur Tbk. dengan *stakeholders*-nya dapat semakin erat karena ada rasa saling menghargai di antara mereka.

Dalam rangka memberikan parcel dan kartu ucapan lebaran kepada para mitra kerja tersebut, penulis pun membantu menuliskan kartu ucapan lebaran dan membuatkan rekapan tanda terima beserta jumlah parcel lebaran yang dikirimkan oleh berbagai divisi di Indofood. Pengiriman kartu ucapan lebaran dan parcel dimaksudkan untuk menjalin dan menjaga hubungan baik dengan para mitra kerja perusahaan.

## f) Membuat Indofood Riset Nugraha *Projects*

Program Indofood Riset Nugraha merupakan salah satu bentuk CSR PT Indofood Sukses Makmur Tbk. di bidang *building human capital* yang rutin dilaksanakan setiap tahun. Program ini terbagi ke dalam dua kategori : kategori dosen dan mahasiswa. Dalam program ini, PT Indofood Sukses Makmur Tbk. memberikan bantuan dana penelitian kepada mahasiswa maupun dosen yang tengah menyusun skripsi atau thesis mereka. Berbagai macam kontribusi penulis dalam menyukseskan program ini:

### 1. Membuat *Database* Program Indofood Riset Nugraha

Dalam setiap program, terutama yang memiliki begitu banyak data, peran *database* menjadi sangat penting. Menurut Gordon C. Everest, *database* adalah koleksi atau kumpulan data yang mekanis, terbagi / *shared*, terdefinisi secara formal, dan dikontrol terpusat pada organisasi (dikutip dari <http://pengertiandankegunaan-databaseria.blogspot.com/>).

Begitupun dengan program Indofood Riset Nugraha yang rutin dilaksanakan setiap tahun dan memperoleh antusiasme tinggi dari para peneliti mahasiswa maupun dosen. Setiap tahunnya, ratusan proposal masuk ke pihak penyelenggara yang tak lain adalah PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Agar terdapat data yang jelas mengenai proposal-proposal ini, dibuatkanlah *database* program Indofood Riset Nugraha.

Selama menjalani kegiatan kerja magang, penulis ditugaskan untuk membuat *database* dari program Indofood Riset Nugraha periode 2013 – 2014. Isi *database* ini antara lain:

- i. Data lengkap peserta lolos seleksi Indofood Riset Nugraha. Data lengkap yang dimaksudkan meliputi nama lengkap peneliti, nama pembimbing, judul penelitian, bidang, komoditi, Perguruan Tinggi, fakultas, jurusan, e-mail, nomor hp, jangka waktu penelitian, IPK, dan dana yang disetujui.

- ii. Perbandingan jumlah proposal masuk dan diterima dari program Indofood Riset Nugraha periode 2006 – 2007 sampai dengan periode 2013 – 2014, baik untuk kategori mahasiswa maupun dosen. Perbandingan dibuat dalam bentuk angka serta persentase.
- iii. Data seluruh partisipan program Indofood Riset Nugraha periode 2013 – 2014 berdasarkan asal perguruan tinggi. Hal yang didata yakni jumlah proposal masuk, jumlah proposal lolos administrasi, dan jumlah penerima program Indofood Riset Nugraha.
- iv. Data penerima program Indofood Riset Nugraha periode 2013 – 2014 berdasarkan nama perguruan tinggi. Perguruan tinggi pun terbagi lagi ke dalam dua kategori : negeri dan swasta.
- v. Data penerima program Indofood Riset Nugraha periode 2013 – 2014 berdasarkan bidang penelitian. Data yang dimasukkan yakni macam-macam bidang penelitian, nama penelaah sesuai bidang penelitian, dana yang disetujui untuk setiap bidang, jumlah peserta setiap bidang, total dana penelitian untuk setiap bidang, total penerima dana untuk setiap bidang, serta persentase penerima dana untuk setiap bidang.
- vi. Data berdasarkan komoditi penelitian. Pada bagian ini, dimasukkanlah usulan dana untuk setiap komoditi, jumlah peserta di masing-masing komoditi, dan persentase peserta di masing-masing komoditi.
- vii. Data berdasarkan wilayah peneliti. Data ini dibagi ke dalam dua kategori lagi: berdasarkan pulau dan kota. Hal-hal yang dijabarkan yakni jumlah proposal masuk, jumlah proposal lolos administrasi, dan jumlah proposal lolos seleksi. Semua ini ditampilkan dalam angka dan persentase.

Pembuatan *database* yang melibatkan banyak elemen seperti ini mengandung berbagai unsur kesulitan. Di antaranya adalah

mencari satu per satu elemen data, melengkapinya, dan menghubungkan satu elemen dengan yang lainnya.

## 2. Membuat Laporan Program Indofood Riset Nugraha

Pembimbing lapangan penulis pada khususnya menangani program Indofood Riset Nugraha. Oleh karena itu, pekerjaan penulis pun banyak bergerak di bidang Indofood Riset Nugraha.

Selama menjalani kerja magang di PT Indofood Sukses Makmur Tbk., penulis berhasil menyelesaikan dua program laporan Indofood Riset Nugraha, yakni Laporan Indofood Riset Nugraha periode 2011 – 2012 dan 2012 – 2013. Laporan ini akan diberikan kepada Anthoni Salim selaku CEO PT Indofood Sukses Makmur Tbk. sebagai bentuk pertanggungjawaban kegiatan tahunan.

*“An interesting publication that has gained a lot of prominence lately in both corporate and nonprofit circles is called the social responsibility report. ... The result has been the social audit, part of the result of which may be the social responsibility report.” (Bivins, 2008 : 235)*

Laporan Indofood Riset Nugraha merupakan sebuah bentuk dari *social responsibility report* yang berisi rangkuman, poster, serta jurnal ilmiah dari masing-masing peserta Indofood Riset Nugraha, dimana setiap periodenya terdapat sekitar 45-51 orang peserta. Selain itu, di dalam *social responsibility report* ini terdapat pula *summary* kegiatan Indofood Riset Nugraha secara keseluruhan, *database* peserta, foto-foto kegiatan, serta publikasi yang didapatkan dari berbagai media.

Bukanlah hal yang mudah untuk membuat laporan Indofood Riset Nugraha karena dibutuhkan ketelitian dan kesabaran tinggi, serta informasi yang cukup. Terlebih karena penulis belum menjalani program kerja magang ketika acara-acara dari program Indofood Riset Nugraha berlangsung, maka penulis harus menulis dengan mencari berbagai referensi yang cukup.

### 3. Membuat Sertifikat untuk Peserta Indofood Riset Nugraha

Untuk program Indofood Riset Nugraha periode 2012-2013, secara garis besar para peserta telah menyelesaikan penelitian mereka. Oleh karena itu, yang selanjutnya dilakukan penulis adalah menyiapkan sertifikat untuk para peserta, mengecek kelengkapan data, dan bila data sudah lengkap mengirimkan sertifikat tersebut ke alamat peserta. Untuk mengetahui alamat peserta, penulis harus menghubungi satu per satu peserta terlebih dahulu.

### 4. Membuat Struktur *Microsite* Baru Indofood Riset Nugraha

Saat ini, internet merupakan salah satu *communication tools* terpenting dalam dunia *Public Relations*. Menulis dan menyiapkan *website* menjadi sebuah tantangan yang menyenangkan tersendiri. Terlebih karena *website* dan internet mampu menghasilkan sebuah *output* yang lebih cepat dari *communication tools* lainnya (Bivins, 2008 : 6).

Pada saat penulis sedang melakukan kegiatan kerja magang, hendak terjadi perubahan struktur pada *website* PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Oleh karena itu, penulis pun mendapatkan tugas untuk membuat struktur *microsite* dari program Indofood Riset Nugraha yang adalah bagian dari *CSR* PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Struktur *microsite* ini dibuat dengan menggunakan Microsoft Excel untuk menjadi landasan pihak IT dalam membuat *website* yang baru. Adapun struktur *microsite* yang penulis buat antara lain berupa data peserta berdasarkan rekap angka, tahun, komoditas, bidang, perguruan tinggi, wilayah, dan struktur kepemimpinan Indofood Riset Nugraha. Penulis memberikan gambaran tentang akan menjadi seperti apakah struktur baru program Indofood Riset Nugraha nantinya. Diharapkan dengan struktur *microsite* yang penulis buat, *website* Indofood Riset Nugraha yang baru nanti dapat lebih memudahkan publik ketika hendak mencari tahu tentang program Indofood Riset Nugraha.

### **g) Menyelenggarakan Kegiatan *Corporate Social Responsibility***

Berbagai macam aksi *Corporate Social Responsibility* dibuat oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk. selama penulis melakukan kegiatan kerja magang. Menurut Philip Kotler, terdapat enam model *Corporate Social Responsibility* yang dapat digunakan oleh perusahaan (Kotler, 2005 : 23-24):

#### 1. *Cause Promotions*

Merupakan sebuah model CSR dimana perusahaan berusaha untuk membangun kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap suatu masalah sosial.

#### 2. *Cause-Related Marketing*

Perusahaan berkomitmen untuk menyumbangkan sejumlah persentase tertentu dari penghasilan penjualan produk perusahaan untuk diberikan kepada suatu kegiatan sosial.

#### 3. *Corporate Social Marketing*

Perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

#### 4. *Corporate Philanthropy*

Kontribusi langsung perusahaan secara cuma-cuma (charity) dalam bentuk hibah tunai, sumbangan, dan sejenisnya.

#### 5. *Community Volunteering*

Perusahaan mendukung dan mendorong para karyawan, para pemegang *franchise*, atau rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

#### 6. *Socially Responsible Business Practice*

Praktik bisnis di mana perusahaan melakukan investasi yang mendukung pemecahan suatu masalah sosial untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dan melindungi lingkungan.

Kesejahteraan yang dimaksud adalah kesehatan, keselamatan, serta pemenuhan akan kebutuhan psikologis dan emosional.

Berikut peran serta penulis dalam aksi-aksi CSR yang dibuat oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk.:

### **1. Pesantren Kilat Indofood (Pelatin)**

Pelatin merupakan salah satu *event Corporate Social Responsibility* PT Indofood Sukses Makmur Tbk. di bidang *Outreaching to the Community*. Jika dikaitkan dengan enam model CSR oleh Philip Kotler, maka Pelatin masuk ke dalam kategori *Socially Responsible Business Practice*. Sebab dalam Pelatin, PT Indofood Sukses Makmur Tbk. berupaya untuk memberikan pemenuhan kebutuhan psikologis dan emosional dari 250 anak-anak yang menjadi peserta acara melalui berbagai macam siraman rohani serta acara-acara hiburan dan keakraban lainnya.

Pelatin sendiri merupakan pengembangan CSR dari Safari Ramadhan, sebuah bentuk kegiatan CSR lain yang rutin dilakukan oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk. setiap tahunnya menjelang Idul Fitri. Sehingga, adanya Pelatin yang bersifat *sustainability* telah menunjukkan bahwa Pelatin merupakan bagian dari kegiatan CSR perusahaan.

*Event* Pelatin ini digelar pada tanggal 20-22 Juli 2013. Berbagai macam hal yang dilakukan oleh penulis untuk turut serta menyelesaikan kegiatan ini:

#### **i. Membuat Proposal dan Pedoman Acara**

Proposal berguna untuk memberikan gambaran singkat tentang *event* yang akan dibuat. Mulai dari latar belakang kegiatan, tujuan kegiatan, lokasi dan waktu kegiatan, hingga bentuk kegiatan. Pada saat pembuatan proposal, hal tersulit adalah membuat *budget* sesuai dengan *budget* yang telah disediakan. Bentuk acara yang dirancang harus sesuai dengan *budget* yang tersedia. Sementara itu, pedoman acara berguna untuk

memberikan acuan kepada pembuat maupun peserta acara agar acara tidak berjalan di luar konteks. Hal terpenting dalam pembuatan pedoman acara adalah *rundown* yang berisi jam, lokasi, serta nama *person in charge*.

## **ii. Survei Lokasi**

Penulis ikut melakukan survei lokasi acara ke Pusdiklat Kementerian Komunikasi dan Informatika RI di Kebon Jeruk, Jakarta. Dikarenakan acara ini berlangsung selama 3 hari 2 malam dan melibatkan 16 SDN dari lima wilayah yang ada di Jakarta, maka survei lokasi menjadi penting. Apalagi karena peserta utama acara adalah anak-anak, maka lokasi yang dipilih harus dapat membuat anak-anak merasa kerasan dengan lingkungan baru mereka, terlebih selama bulan puasa. Pada saat melakukan survei lokasi, penulis mempelajari teknik lobi dan negosiasi pada *real work life*. Teknik lobi dan negosiasi dibutuhkan untuk mendapatkan harga yang tepat bagi lokasi acara.

## **iii. Meeting**

Beberapa kali *meeting* digelar dan salah satunya dilakukan bersama dengan para Kepala Sekolah dari 16 SDN yang mengikuti acara ini. Berhubung *meeting* dilakukan pada saat bulan puasa, maka makanan berbuka menjadi salah satu hal yang harus dipersiapkan dalam *meeting*. Penulis pun turut membeli dan mempersiapkan makanan tersebut. Selama *meeting*, penulis juga berperan sebagai notulen. Penulis mencoba untuk mengenali satu per satu Kepala Sekolah yang ada karena penulis akan bersama mereka selama tiga hari acara untuk bersama-sama membimbing anak-anak yang menjadi peserta Pesantren Kilat Indofood.

## **iv. Sekretaris**

Selama persiapan dan pelaksanaan kegiatan, penulis berperan sebagai sekretaris. Penulis membuatkan absensi *meeting*,

absensi hadir dalam acara, mencatat berbagai macam kegiatan yang harus dilakukan, dan sebagainya. Hal-hal sederhana ini penting untuk dilakukan agar tidak ada *detail* yang tertinggal.

**v. Bendahara**

Penulis juga berperan sebagai bendahara yang mengurus masuk dan keluarnya uang. Penulis harus berhati-hati dalam menyimpan kuitansi, struk pembelanjaan, dan bon-bon lainnya. Sebab ketika acara telah berakhir, penulis harus mempertanggungjawabkan pengeluaran ini dalam bentuk laporan.

**vi. Konsumsi**

Dalam hal konsumsi, pihak Pusat Pendidikan dan Pelatihan Kementerian Komunikasi dan Informasi selaku penyedia lokasi acara telah menyediakan jasa catering. Walaupun begitu, penulis tetap berperan sebagai bagian konsumsi karena penulis harus memastikan jumlah makanan yang disediakan, jenis makanan (apakah sesuai dengan menu yang dipesan), sekaligus membantu anak-anak mengambil makanan sahur dan berbuka mereka. Mengkoordinasikan anak-anak dalam mengambil makanan juga menjadi salah satu tugas lain mengingat anak-anak belum terlalu paham cara mengantri.

**vii. Dokumentasi**

Sebuah acara hanya dapat berlangsung satu kali. Oleh karena itu, penulis ditugaskan untuk mengabadikan *moment-moment* selama kegiatan. *Moment* yang didapatkan dapat berupa *moment* yang disengaja ataupun *candid camera*. Sebetulnya penulis kurang ahli dalam memotret. Namun, karena sebelumnya penulis pernah mendapatkan pelajaran fotografi, maka setidaknya penulis mampu menggunakan kamera SLR secara sederhana. Pengambilan *angle* dan *lighting* menjadi hal yang harus diperhatikan dalam menjadi sie dokumentasi. *Angle*

dan *lighting* yang baik menjadi dasar pengambilan foto yang baik pula.

#### **viii. Hadiah dan *Goodie Bag***

Penulis bertugas menyiapkan serta membagikan hadiah dan *goodie bag* untuk para peserta kegiatan yang kurang lebih berjumlah 275 orang. Hadiah diberikan kepada para pemenang lomba, sementara *goodie bag* diberikan kepada seluruh peserta acara termasuk para Kepala Sekolah. Lomba yang dimaksudkan antara lain adalah lomba membaca Al-Quran Surah Pendek dan lomba Kultum.

#### **ix. Laporan Pertanggungjawaban Kegiatan**

Di akhir kegiatan, penulis membuat laporan pertanggungjawaban kegiatan yang telah dilaksanakan. Laporan ini berguna untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan acara ini. Laporan pertanggungjawaban kegiatan Pesantren Kilat juga merupakan bagian dari *social responsibility report*.

### **2. Pembagian Santunan Hari Raya**

Masih dalam rangka Idul Fitri, pada hari Sabtu, 27 Juli 2013 dibuatlah sebuah aksi *Corporate Social Responsibility* lain di bidang *Outreaching to the Community*. Aksi tersebut yakni Pembagian Santunan Hari Raya yang juga secara rutin dilakukan setiap tahun menjelang hari raya Idul Fitri. Dalam aksi ini, Indofood telah menyediakan ratusan kardus produk untuk dibagikan kepada mereka yang membutuhkan : Panti Asuhan, Yayasan Tuna Netra, Yayasan Cacat Mental, dan sebagainya.

Pembagian Santunan Hari Raya merupakan bagian dari *Corporate Philanthropy*, salah satu model CSR lain dari Philip Kotler, dimana perusahaan memberikan sumbangan secara cuma-cuma (*charity*) kepada kelompok masyarakat yang dianggap membutuhkan.

Yayasan-yayasan ini sebelumnya telah mengirimkan proposal permintaan donasi produk kepada Indofood. Dari ratusan proposal yang masuk, dipilih 70 untuk menerima bantuan produk. Pemilihan dilakukan atas dasar kesungguhan serta kebutuhan para pengaju proposal. Kepada Yayasan yang tahun lalu telah menerima bantuan, maka Indofood tidak memberikannya lagi tahun ini.

Selama persiapan maupun pelaksanaan kegiatan, kontribusi penulis yaitu:

**i. Menghubungi para penerima bantuan**

Kepada tujuh puluh lembaga yang terpilih, penulis bersama pembimbing lapangan menghubungi mereka satu per satu untuk menginformasikan terpilihnya mereka dan memberitahukan lokasi serta waktu kegiatan.

**ii. Membuatkan tanda terima**

Terdapat dua tanda terima yang dibuat: tanda terima untuk penerima bantuan dan untuk Indofood sendiri. Tanda terima ini dimaksudkan agar terdapat bukti yang jelas akan proses penyerahan produk kepada para penerima bantuan.

**iii. Mengkoordinasikan keluar-masuknya para penerima bantuan ke dalam gudang**

Layaknya acara pembagian santunan biasa, semenjak pagi lokasi kegiatan sudah dipenuhi para penerima bantuan. Ketika panitia datang dan membuka pintu gudang, para peserta berdesak-desakan untuk masuk. Oleh karena itu, penulis pun berperan dalam mengkoordinasikan keluar masuknya para penerima bantuan agar tidak terjadi kericuhan di lokasi acara.

**3. PISAgrro**

*Meeting* PISAgrro merupakan sebuah acara yang mempertemukan berbagai perusahaan yang bekerja sama dengan Indofood di bidang pangan. Perusahaan yang bekerja sama antara lain adalah Nestle, Sinarmas, World Bank, dan masih banyak lagi.

Perusahaan-perusahaan yang bekerjasama ini tergabung dalam organisasi yang disebut dengan PISAgro.

PISAgro merupakan sebuah CSR bidang *strengthening economic value* yang dilakukan dengan menggunakan model *Socially Responsible Business Practice*, dimana perusahaan berusaha mengembangkan program-program yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia di bidang pangan.

*Meeting* PISAgro secara rutin dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang menjadi anggota. Setiap *meeting* mengundang para CEO perusahaan bersangkutan untuk hadir. Tahun ini, *meeting* para anggota PISAgro digelar di PT Indofood Sukses Makmur Tbk. pada tanggal 21 Agustus 2013. Penulis pun berperan sebagai *usher* serta pembagi *goodie bag*.

#### **4. Donor Darah**

Pada hari Senin, 16 September 2013, PT Indofood Sukses Makmur Tbk. menggelar acara *Indofood Service Day – Donor Darah* dengan tema “*Give Blood Save More Lives*”. Acara diadakan di *lobby* Indofood Tower dari pukul 08.30 sampai dengan 15.30 dan terbuka untuk umum.

Aksi donor darah ini merupakan bagian dari CSR PT Indofood Sukses Makmur Tbk. di bidang *outreaching to the community* yang menggunakan model *Cause Promotions*. Aksi donor darah menjadi bagian dari *cause promotions* karena dalam acara ini, PT Indofood Sukses Makmur Tbk. berupaya untuk mendapatkan minat dan perhatian dari karyawan maupun masyarakat sekitar untuk berpartisipasi dan menjadi *volunteer* (pendonor darah). Bentuk promosi yang digunakan untuk mendapatkan minat dan perhatian dari target publik antara lain adalah dengan menempel poster donor darah di setiap lantai,

menyebarkan brosur, dan membuat *backdrop*. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Kotler mengenai *cause promotions*:

*“A corporation provides funds, in-kind contributions, or other corporate resources to increase awareness and concern about a social cause or to support fundraising, participation, or volunteer recruitment for a cause. The corporation may initiate and manage the promotion on its own.”*

(Kotler, 2005 : 23)

Acara yang rutin digelar setiap tiga bulan sekali bersama PMI ini berhasil menarik 662 pendonor. Mayoritas pendonor berasal dari Indofood *Groups* sendiri dan sudah sering melakukan kegiatan donor darah. Sebagian besar dari mereka telah memiliki kartu donor darah. Bagi yang telah mendonorkan darah sebanyak 10 dan 25 kali, akan mendapatkan piagam serta pin penghargaan dari PMI. Peran serta penulis dalam acara ini:

#### **i. Registrasi**

Meja registrasi telah dibuka sejak pukul 07.15. Begitu banyak karyawan yang segera mendaftar ketika meja registrasi sudah dibuka. Jumlah yang datang untuk mendaftar pun semakin bertambah dari waktu ke waktu. Penulis sempat kewalahan menghadapi para pendaftar yang sangat banyak jumlahnya tersebut. Ditambah lagi, penulis juga harus memberikan penjelasan kepada mereka tentang cara pengisian *form* pendaftaran.

#### **ii. Konsumsi**

Setiap pendonor akan mendapatkan satu buah *goodie bag* berisi enam *item* : roti, paket *snack* berisi 7 bungkus makanan ringan, Provita, susu Indomilk, susu Ultra, dan Pop Mie. Dikarenakan paket ini belum disiapkan pada hari sebelumnya, maka penulis harus langsung menyiapkan *goodie bag* di hari H acara. Antrian para pendonor yang telah mendonorkan darahnya begitu panjang, sehingga pekerjaan harus dilakukan secara cepat.

## 5. Audit Tahap I Program Indofood Riset Nugraha

Audit Tahap I merupakan bagian dari rangkaian program Indofood Riset Nugraha (IRN). IRN adalah salah satu contoh lain dari model CSR *Socially Responsible Business Practice* yang dilakukan oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Dalam kegiatan IRN, PT Indofood Sukses Makmur Tbk. melakukan investasi untuk mendukung peningkatan kualitas pangan di Indonesia, melalui pemberian biaya penelitian kepada mahasiswa ataupun dosen yang sedang melakukan penelitian akan macam-macam bahan pangan utama di Indonesia. Melalui hasil penelitian tersebut, diharapkan Indonesia dapat semakin meningkatkan kualitas pangan yang dimiliki, sehingga dapat turut serta melakukan ekspor dan bukan hanya impor.

IRN bermula dari program Bogasari Nugraha yang diselenggarakan pada tahun 1998 oleh salah satu divisi di Indofood, yaitu Bogasari Flour Mills. Melihat tingginya antusiasme berbagai kalangan untuk mengikuti program ini dan melihat betapa bermanfaatnya program ini, maka Bogasari Nugraha pun ditingkatkan ke level korporat menjadi Indofood Riset Nugraha. IRN secara resmi terselenggara pada tahun 2006. Hingga kini, program IRN terus mengalami perkembangan signifikan.

Pada kegiatan Audit Tahap I IRN, para peserta IRN diminta untuk mempresentasikan perkembangan penelitian mereka beserta pertanggungjawaban dana sejauh ini. Dikarenakan peserta IRN berasal dari berbagai daerah di Indonesia, maka proses audit pun dilakukan di dua tempat : Jakarta dan Yogyakarta.

Berikut peranan penulis untuk kegiatan Audit Tahap I:

### **i. Menghubungi Seluruh Peserta IRN Periode 2013 – 2014**

Jumlah peserta IRN periode 2013-2014 yaitu 51 orang. Penulis ditugaskan untuk menghubungi seluruh peserta itu agar dapat menanyakan *progress* dan kendala yang mereka hadapi sejauh ini, serta menginformasikan adanya kegiatan audit tahap I pada

akhir Oktober 2013. Setelah penulis selesai menghubungi 51 peserta, penulis pun membuat laporan *progress* dan kendala yang berguna dalam proses audit nanti. Laporan ini utamanya akan dilihat oleh tim pakar dalam melakukan penilaian dan memberikan pertanyaan serta masukan kepada para peserta.

#### **ii. Nametag**

Penulis mempersiapkan seluruh *nametag* untuk para peserta dan tim pakar dari kegiatan Audit Tahap I, baik yang digelar di Jakarta maupun Yogyakarta.

#### **iii. Daftar Hadir**

Penulis membuat daftar hadir untuk peserta maupun tim pakar di Jakarta dan Yogyakarta. Dalam daftar hadir, penulis telah memasukkan kelima puluh satu nama dan asal institusi peserta secara berurutan (menurut abjad dan asal institusi), sehingga peserta dapat lebih mudah dan cepat ketika mengisi daftar hadir.

#### **iv. Daftar Penerima Dana**

Daftar penerima dana berguna untuk mengetahui siapa saja peserta yang telah menerima dana tahap I dan seberapa besar jumlahnya. Sebab, setiap peserta bisa mendapatkan dana yang berbeda-beda, tergantung pada penelitian mereka.

#### **v. Kategorisasi Peserta**

Penulis membuat data berisi nama-nama peserta yang telah dikelompokkan berdasarkan pada bidang dan penelaah pertama mereka. Hal ini berguna untuk membagi kelompok peserta. Sebab pada saat audit tahap I nanti, peserta akan dibagi ke dalam dua ruangan (dua kelompok) untuk diuji oleh tim pakar yang ada di masing-masing ruangan.

#### **vi. Rundown Acara**

Penulis bertugas untuk membuat *rundown* acara dari kegiatan Audit Tahap I. Pada *rundown* ini, keseluruhan rangkaian acara merupakan presentasi dari para peserta yang

diselingi oleh istirahat makan siang. Pada setiap presentasi yang dilakukan, penulis sudah harus menuliskan siapa yang akan melakukan presentasi di waktu terkait, apa judul penelitian mereka, dan dari universitas mana mereka berasal.

## **6. Seminar Sehari Program Indofood Riset Nugraha**

Seminar sehari program Indofood Riset Nugraha digelar di Kupang pada tanggal 11 Oktober 2013 dengan tema “Menjadi Peneliti yang Unggul untuk Mewujudkan Cita-cita Bangsa”. Walaupun penulis tidak mengikuti *event* ini di hari H karena penulis sudah menyelesaikan kegiatan kerja magang di Indofood, penulis telah menyiapkan berbagai kebutuhan untuk seminar sehari yang mengambil lokasi di Universitas Nusa Cendana ini. Berikut kontribusi penulis:

### **i. Daftar Hadir**

Para peserta maupun tamu undangan yang hadir harus mengisi daftar hadir terlebih dahulu. Karena itu, penulis pun membuatkan daftar hadir untuk mereka.

### **ii. Backdrop**

Dalam berbagai kegiatan, *backdrop* menjadi salah satu media publikasi utama. Untuk itu, peneliti turut ditugaskan untuk membuat salah satu desain *backdrop* acara seminar sehari. *Backdrop* ini akan dipasang selama acara untuk memperkenalkan Indofood dan Indofood Riset Nugraha. *Backdrop* merupakan salah satu *tools* yang digunakan oleh *Public Relations Writer* untuk berkomunikasi dengan publiknya.

“*Collateral publications are usually autonomous publications, such as brochures, pamphlets, flyers, and other direct marketing pieces.*” (Bivins, 2008 : 6)

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat ditarik sebuah pemahaman bahwa *backdrop* adalah bagian dari *collateral publications*.

### **iii. Plakat**

Plakat akan diberikan kepada pembicara dalam seminar sehari ini sebagai bentuk terima kasih dan cinderamata dari Indofood. Untuk plakat yang akan diberikan, penulis bertugas dalam menyusun kata-kata ucapan yang akan dibuat di plakat tersebut.

### **iv. Cue Card**

*Cue card* merupakan kartu-kartu kecil yang digunakan oleh MC selama kegiatan berlangsung untuk tetap menjaga alur acara agar sesuai *rundown*. Berlandaskan pada *rundown* yang telah dibuat, penulis pun menyusun kata-kata bagi MC agar MC dapat memandu acara dengan baik. Walaupun terkesan sederhana, penulisan *cue card* tetaplah menjadi sebuah bagian dari pekerjaan *Public Relations*. Thomas H. Bivins menyatakan bahwa menuliskan naskah pidato dan presentasi merupakan salah satu metode interpersonal untuk membentuk *positioning* serta *image* (Bivins, 2008 : 6). *Cue card* merupakan sebuah lingkup yang lebih kecil dari penulisan naskah pidato dan presentasi.

### **v. Video Profile**

Pada saat seminar sehari digelar, akan ditayangkan *video profile* dari Indofood dan program Indofood Riset Nugraha. Untuk itu, penulis ditugaskan untuk membuat *video profile* dari program Indofood Riset Nugraha.

Penulis membuatnya dalam bentuk *power point*, tetapi sudah diatur agar menyerupai video ketika ditayangkan. Dalam *video profile* ini, telah terdapat lagu yang dapat berputar otomatis sampai dengan *slide* terakhir. Perpindahan *slide* juga disiapkan secara otomatis agar tidak perlu diklik satu per satu. Melalui beberapa kali revisi dan dibuat dalam dua versi berbeda, video ini berhasil diselesaikan tepat pada waktunya.

Isi dari video ini yaitu sejarah singkat Indofood Riset Nugraha, pengenalan para tim pakar, *awards* yang pernah

diterima oleh Indofood Riset Nugraha, serta foto-foto lintas kegiatan yang dibuat menjadi seperti *photo story*. Dengan adanya *video profile*, diharapkan para peserta dapat memahami program Indofood Riset Nugraha dengan lebih baik melalui cara yang menarik.

Pembuatan *video profile* merupakan bagian dari tugas PR untuk mempersiapkan *audiovisual materials*. *Materials* paling umum untuk digunakan bersama dengan pidato adalah *audiovisual materials* (Bivins, 2008 : 293). *Audiovisual materials* bermanfaat bagi PR untuk mendapatkan perhatian publik. Sebab, dengan adanya *audiovisual materials*, publik dapat lebih mudah untuk melihat, mendengarkan, dan memahami topik yang hendak disampaikan.

#### **h) Membuat *Strategic Planning***

Ronald D. Smith mengutarakan sembilan langkah dalam membuat *strategic planning*: 1) *Analyzing the situation*, 2) *Analyzing the organization*, 3) *Analyzing the publics*, 4) *Establishing goals and objectives*, 5) *Formulating action and response*, 6) *Using effective communication*, 7) *Choosing communication tactics*, 8) *Implementing the strategic plans*, dan 9) *Evaluating the strategic plan* (Smith, 2002).

Pada saat minggu terakhir menjalani kegiatan kerja magang, penulis ditugaskan untuk membuat sebuah *strategic planning* berisi inovasi program untuk kegiatan Indofood Riset Nugraha PT Indofood Sukses Makmur Tbk. *Strategic Planning* ini antara lain berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, analisa publik, strategi, taktik, daftar kebutuhan untuk inovasi tersebut, dan evaluasi. *Strategic planning* dibuat dalam bentuk *power point* yang sekiranya cukup untuk dipresentasikan selama 15 menit.

Pada pelaksanaannya, penulis baru sampai pada tahap ketujuh pembuatan *strategic planning*. Sebab, penulis tidak mengimplementasikan dan tidak melakukan evaluasi terhadap usulan

inovasi yang penulis berikan. Inovasi yang penulis buat akan menjadi bahan PT Indofood Sukses Makmur Tbk. dalam mengembangkan program Indofood Riset Nugraha.

### 3.3.2 Public Relations

Dalam departemen *Public Relations*, penulis kerap mengikuti berbagai macam kegiatan yang diselenggarakan untuk beragam *stakeholders*. Biasanya, penulis membantu untuk urusan-urusan administratif selama kegiatan.

**Tabel 3.2**  
**Daftar Aktivitas *Public Relations***

No.	Kegiatan	Uraian
1	<i>Media Relations</i>	<b>Buka Bersama Wartawan</b> i. Mempersiapkan hadiah untuk anak yatim ii. Mempersiapkan dan men- <i>display</i> 250 <i>goodie bag</i> untuk anak yatim dan wartawan iii. <i>Usher</i>
2	<i>Internal Communication</i>	<b>a. Buka Bersama Karyawan</b>
		<b>b. Halal Bihalal</b> i. Membuat dan membagikan kupon konsumsi ii. Membagikan konsumsi pada hari H kegiatan
		<b>c. Food Insight</b> <i>Usher</i>
		<b>d. Employee Factory Visit</b> Divisi Acara

#### a) *Media Relations* - Buka Bersama Wartawan

Media merupakan salah satu *stakeholder* terbesar perusahaan yang dapat memberi pengaruh tinggi terhadap kelangsungan bisnis perusahaan. Apa yang menjadi pemberitaan utama di media dapat segera menjadi buah bibir di masyarakat, baik itu positif maupun negatif. Saat ini, di tengah kemajuan teknologi, media semakin maju dan berkembang pesat. Pemanfaatan internet oleh media membuat berita dapat tersebar secara cepat.

*“Whether the mass media have lost relative influence to the Internet and its various vehicles, the fact remains that securing positive publicity through the media still lies at the heart of public relations practice.”*

(Seitel, 2011 : 204)

Walaupun media *online* dan *digital* tengah menjadi perhatian utama publik, media tradisional tetap mendapatkan tempat tersendiri di hati praktisi *PR*. Sebab, bagaimanapun juga media tradisional merupakan media yang lebih kredibel di mata masyarakat.

Dalam rangka menjalin hubungan baik dengan media, *Corporate Communication* PT Indofood Sukses Makmur Tbk. memiliki fungsi *media relations* sebagai bagian dari departemen *Public Relations*. Pada saat bulan Ramadhan, salah satu bentuk *media relations* yang dilakukan adalah pelaksanaan acara Buka Bersama Media. Acara ini termasuk ke dalam *special event* media, sebuah bentuk *media relations* yang dapat dilakukan oleh perusahaan (Soemirat dan Ardianto, 2007 : 128).

Buka Bersama Media merupakan kegiatan pertama yang diikuti oleh penulis selama melakukan kegiatan kerja magang di PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Kegiatan ini digelar pada hari Jumat, 19 Juli 2013 di Prive F(X). Walaupun acara baru dimulai pada pukul 17.00, semenjak pagi divisi *Corporate Communication* telah sibuk mempersiapkan berbagai macam hal untuk keperluan acara. Peranan penulis untuk acara ini:

- 1) Membungkus hadiah untuk anak-anak yatim yang menjadi tamu spesial acara malam nanti. Hadiah yang diberikan yaitu aneka pakaian baru.
- 2) Mempersiapkan 250 *goodie bag* untuk wartawan dan anak yatim, mengkoordinasikan pengiriman dan *loading* 250 *goodie bag* yang ada, serta *men-display goodie bag* tersebut ketika sudah di lokasi acara.
- 3) Menjadi *usher* yang bertugas menerima kedatangan media. Nama-nama para wartawan telah dikelompokkan berdasarkan jenis media mereka masing-masing. Untuk itu, penulis harus mengingat jenis-

jenis dan pengelompokkan media agar dapat menunjukkan nama para wartawan di daftar hadir dengan tepat dan cepat.

- 4) Membagikan angklung kepada para hadirin agar semua dapat bermain angklung bersama. Bermain angklung merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan pada saat acara Buka Bersama Media.

#### **b) *Internal Communication***

Publik internal merupakan publik pertama bagi perusahaan. Tanpa adanya publik internal, maka kegiatan perusahaan tidak akan dapat berjalan seperti saat ini.

Pada dasarnya, *internal communication* merupakan bagaimana para *professional Public Relations* (PR) di korporasi, perusahaan konsultan, dan organisasi nirlaba mampu membantu mewujudkan komunikasi yang efektif antar karyawan dan antara karyawan dengan manajemen puncak (Lattimore, et.al, 2010 : 234).

Walaupun komunikasi internal yang dilakukan oleh perusahaan terkesan sebagai hal rutin, komunikasi internal tetap dibutuhkan agar tercipta rasa persatuan dan kebersamaan di antara publik internal. Untuk itu, ada kalanya acara-acara spesial bagi pihak internal perlu dibuat. Tujuannya agar pihak internal merasa diperhatikan, dihargai, dan dibutuhkan.

Berikut berbagai acara internal yang diikuti oleh penulis selama menjalani kegiatan kerja magang:

##### **1. Buka Bersama Karyawan Indofood**

Pada hari Rabu, 24 Juli 2013 diselenggarakan acara buka bersama karyawan Indofood yang dimaksudkan untuk mempererat tali silaturahmi di antara para karyawan. Penulis tidak membantu persiapan pelaksanaan acara ini. Penulis hanya berpartisipasi sebagai peserta, yang sekaligus penulis maksudkan untuk bersosialisasi dengan para karyawan Indofood lainnya.

## **2. Halal Bihalal**

Setelah Idul Fitri berlalu, diselenggarakan acara Halal Bihalal. Acara ini dibuat dengan tujuan mempererat tali silaturahmi antar karyawan dan *BOD*. Digelar pada tanggal 20 Agustus 2013, penulis turut menjadi panitia kegiatan Halal Bihalal. Kontribusi penulis demi keberlangsungan acara antara lain:

### **i. Pembuatan dan Pembagian Kupon Halal Bihalal**

Terdapat lebih dari 1.300 karyawan yang diundang untuk ikut dalam acara Halal Bihalal bersama *BOD* ini. Penulis membuat kupon pengambilan konsumsi untuk mereka satu per satu dan menghubungi *PIC* masing-masing divisi untuk mengambil kupon yang telah disediakan. Penulis juga mengkoordinasikan pembagian kupon yang telah dibuat.

Selama pembuatan kupon ini, sempat terjadi kesalahan dalam penghitungan divisi, yang mana pada akhirnya membuat penulis harus masuk pada tanggal 17 Agustus 2013 demi membuat kupon-kupon tambahan tersebut.

### **ii. Pembagian Konsumsi**

Pada hari H kegiatan, penulis bertanggung jawab dalam membagikan konsumsi kepada seluruh karyawan yang hadir. Acara Halal Bihalal ini mendapatkan antusiasme yang tinggi dari karyawan. Terbukti dengan hadirnya lebih dari 1.200 karyawan pada saat acara Halal Bihalal.

Dengan hadirnya ribuan karyawan ke acara Halal Bihalal, pembagian konsumsi pun harus dilakukan dengan cepat dan terkoordinasi agar para karyawan dapat segera kembali ke pekerjaan masing-masing dan tidak perlu menunggu terlalu lama.

## **3. Food Insight**

*Food Insight* adalah sebuah acara internal perusahaan berbentuk seminar yang mengundang beberapa pakar pangan untuk menjadi pembicara dan memberikan penyuluhan tentang pola makan sehat

kepada para karyawan. Dalam acara yang digelar pada tanggal 22 Agustus 2013 ini, penulis kembali bertugas menjadi *usher*.

#### **4. *Employee Factory Visit***

Pada hari Sabtu, 21 September 2013, kembali dibuat sebuah acara internal lain, yakni *employee factory visit*. Lokasi tujuan *employee factory visit* kali ini adalah PT Indoeksrim yang terletak di Cicurug.

Dalam keikutsertaan penulis pada acara ini, penulis lebih banyak berperan sebagai peserta. Penulis lebih banyak belajar daripada bekerja. Penulis belajar tentang proses pembuatan dan pendistribusian es krim di PT Indoeksrim. Di samping itu, penulis juga belajar untuk bersosialisasi dengan para karyawan lain yang ikut dalam *employee factory visit*. Hal yang penulis kerjakan adalah membantu pembimbing lapangan penulis yang merupakan koordinator acara untuk memandu acara di dalam bus.

#### **3.3.3 *Corporate Communication Support***

Laporan perincian dan *detail-detail* lain yang dibutuhkan dalam pekerjaan merupakan tanggung jawab dari *Corporate Communication Support*. *Corporate Communication Support* bertugas mendukung segala bentuk aktivitas *Corporate Social Responsibility* dan *Public Relations*.

Berbagai bentuk pekerjaan yang dilakukan oleh departemen *Corporate Communication Support* masuk ke dalam tugas *Public Relations* di bidang *management and administration* (Broom, 2009 : 53). Pekerjaan *management and administration* sering kali dianggap mudah dan sederhana, tetapi sesungguhnya membutuhkan perencanaan, ketelitian, serta kesistematian yang tinggi. Jika hal-hal rinci dalam *Corporate Communication Support* salah dibuat, maka dapat berakibat fatal pada keseluruhan kegiatan kerja dari divisi *Corporate Communication*.

Berbagai kegiatan yang dilakukan oleh penulis dalam menjadi bagian dari *Corporate Communication Support* dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3.3

Daftar Aktivitas *Corporate Communication Support*

No.	Kegiatan	Uraian
1	Laporan Perincian Keuangan Departemen CSR	Membuat perincian keluarannya uang untuk aktivitas CSR berdasarkan buku ekspedisi biaya CSR Department.
2	Membuat PAR, TEV, TES, dan GLS	<p>a. PAR (<i>Payment Request</i>) adalah form pembayaran dan permohonan pencairan dana untuk suatu kegiatan.</p> <p>b. TEV (<i>Traceleing Expense Voucher</i>) merupakan pengganti kuitansi untuk pihak internal Indofood.</p> <p>c. TES (<i>Travel Expense Statement</i>) yaitu perincian pengeluaran yang dilakukan selama melakukan perjalanan dinas.</p> <p>d. GLS (<i>General Liquidation Statement</i>) adalah penyelesaian <i>advance</i> suatu kegiatan.</p>
3	Listing Produk untuk kegiatan Photo Shoot	<i>Listing dummy</i> yang dipinjamkan untuk sesi <i>photo shoot</i> .

**a) Membuat Laporan Rincian Keuangan Departemen CSR**

*Corporate Social Responsibility* tidak menggunakan dana yang sedikit dalam pelaksanaannya. Proses hingga dana yang diminta dapat cair pun tidak mudah. Oleh karena itu, setiap bulannya terdapat laporan rincian keuangan yang harus dibuat. Dengan adanya laporan rincian keuangan khusus untuk Departemen CSR, maka perhitungan masuk keluarannya uang dapat lebih mudah dilihat. Laporan ini dibuat dengan data yang berasal dari Buku Ekspedisi Biaya CSR Department.

**b) Membuat *Payment Request (PAR)*, *Traveling Expense Voucher (TEV)*, *Travel Expenses Statement (TES)*, dan *General Liquidation Statement (GLS)***

Berikut penjabaran dari berbagai macam form keuangan tersebut:

**1) *Payment Request (PAR)***

PAR merupakan form-form pembayaran dan permohonan pencairan dana untuk berbagai kegiatan. Jika PAR sudah selesai

dibuat, hal pertama yang kemudian dilakukan adalah meminta *approval* dari para pihak terkait hingga *General Manager*. Jika dana yang diminta di atas Rp10.000.000,- maka proses *approval* dilanjutkan lagi kepada *BOD*. *BOD in Charge* dari divisi *Corporate Communication* adalah Franciscus Welirang dan Werianty Setiawan. Jika seluruh proses *approval* telah selesai dilakukan, form akan diberikan kepada bagian *Accounting* untuk diproses.

### **2) *Traveling Expense Voucher (TEV)***

TEV merupakan pengganti kuitansi yang digunakan oleh pihak internal PT Indofood Sukses Makmur Tbk. atas pengeluaran biaya tertentu. Sebagai contoh, TEV digunakan untuk menuliskan biaya taxi dari karyawan Indofood ketika taxi digunakan dalam suatu persiapan acara.

### **3) *Travel Expense Statement (TES)***

TES dibuat setelah suatu perjalanan dinas selesai dilakukan. Dalam TES, berbagai macam pengeluaran yang dikeluarkan selama perjalanan dinas akan dirincikan dan dihitung untuk kemudian diganti kepada mereka yang melakukan perjalanan dinas.

### **4) *General Liquidation Statement (GLS)***

GLS merupakan form penyelesaian *advance* suatu kegiatan. Pada awal mula kegiatan, tentunya panitia telah memperoleh sejumlah dana. Jika dana tersebut ternyata berlebih, maka GLS akan dibuat untuk mengembalikan dana yang tersisa.

### **c) *Listing Produk untuk Photo Shoot***

Pada bulan September, terdapat sesi *photo shoot* yang dilakukan oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Salah satu keperluan dalam *photo shoot* adalah *dummy-dummy* produk. Karena itu, sebelum *dummy* diberikan untuk sesi foto, penulis terlebih dahulu membuatkan *listing* nama *dummy* agar saat dikembalikan nanti, *Corporate Communication* dapat segera mengetahui jika ada *dummy* yang hilang.

### 3.4 Kendala Proses Kerja Magang

Dalam menyelesaikan berbagai tugas yang diberikan, berikut beberapa kendala yang penulis dapati:

#### a) Data kurang terklasifikasi

Pada saat penulis hendak membuat berbagai macam tugas, khususnya laporan-laporan pertanggungjawaban acara, seringkali penulis mendapatkan kesulitan dalam menemukan data. Hal ini dikarenakan data yang ada kurang terklasifikasi. Sebagai akibatnya, beberapa pekerjaan diselesaikan dengan melalui dua kali proses kerja dan menghabiskan waktu lebih lama dari yang seharusnya.

#### b) *Time management* yang kurang baik

Beberapa tugas yang diberikan kepada penulis adalah tugas yang *urgent*. Penulis harus membuatnya secara cepat karena hasil dari tugas tersebut dibutuhkan segera. Menurut penulis, *time management* yang kurang baik dari beberapa kegiatan menjadi salah satu faktor penyebab pemberian tugas yang *urgent* ini. Sebut saja dalam pembuatan proposal dan pedoman salah satu acara. Dua minggu menjelang acara, proposal dan pedoman baru akan dibuat. Padahal, acara ini merupakan konsep acara baru dari Indofood, sehingga membutuhkan waktu untuk meyakinkan para *Manager*, *Senior Manager*, serta *General Manager*.

### 3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi aneka kendala tersebut, berikut solusi yang penulis lakukan:

#### a) Inisiatif untuk Mencari Data

Untuk menemukan data yang dibutuhkan, penulis berusaha lebih keras lagi dalam mencari dokumen-dokumen terkait, baik dalam bentuk *hard copy* maupun *soft copy*. Apabila data yang dibutuhkan tidak berhasil ditemukan, maka penulis akan menghubungi pihak-pihak terkait untuk dapat memperoleh data tersebut. Sementara itu, setiap kali penulis berhasil menemukan data, penulis akan segera merapikan

dan menyimpannya di satu folder agar kelak data tersebut dapat lebih mudah ditemukan.

**b) Bekerja *Over Time***

Agar pekerjaan-pekerjaan yang *urgent* dapat selesai tepat pada waktunya, penulis pun bekerja *over time*. Bekerja *over time* terkadang penulis lakukan di kantor dan terkadang di rumah dengan membawa pulang pekerjaan.

