



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

Pada bab ini, penulis ingin menjelaskan proses praktik kerja magang yang telah dilakukan pada periode Bulan Agustus hingga Oktober 2015 di *Communication Department* PT United Tractors Tbk.

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Communication Department berada di dalam divisi *Corporate Environment, Social Responsibility, Security, General Affairs and Communication* (CESRSGACOMM). Dalam pelaksanaan tugas, *Communication Department* harus bersinergi dengan departemen lain di dalam CESRSGACOMM. *Communication Department* di kepalai langsung oleh *General Manager* CESRSGACOMM yaitu Ibu Sara K. Loebis dengan Ibu Ornella Elizabeth Hutabarat dan Ibu Monika Sinta Dewayanti sebagai staff *Communication*.

PT United Tractors Tbk membuka kesempatan bagi para siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) maupun para mahasiswa baik Strata Satu (S1) maupun Strata Dua (S2) untuk mengikuti program magang di PT United Tractors Tbk. Pada *Communication Department* program magang diisi oleh para mahasiswa dengan program penjuruan *Public Relations* secara bergantian dengan rentang waktu dua hingga enam bulan. Penulis di tempatkan di *Communication Department* di bawah bimbingan Ibu Ornella Elizabeth Hutabarat dan Ibu Monika Sinta Dewayanti selama tiga bulan, periode Agustus hingga Oktober 2015.

Pada program magang di PT United Tractors Tbk, *intern* dituntut aktif dan inovatif dalam mengembangkan program-program reguler yang dijalankan perusahaan. Perusahaan merupakan fasilitator dan para *intern* merupakan eksekutor. Program-program reguler yang dijalankan

Communication Department berkaitan dengan komunikasi internal dengan para karyawan dan anak perusahaan PT United Tractors Tbk dalam Grup Astra Heavy Equipment, Mining and Energy (AHEME) dan komunikasi eksternal dengan para media.

3.2 Tugas Yang Dilakukan

Dalam pelaksanaan tugas praktik kerja magang, terdapat berbagai kegiatan yang penulis lakukan setiap harinya. Tugas utama penulis selama melakukan program magang di *Communication Department* PT United Tractors Tbk yaitu mengelola media internal perusahaan dari mulai mencari konten, membuat berita dari konten yang didapat hingga mendesain media internal sebelum dikirimkan kepada para karyawan dan anak perusahaan melalui *e-mail blast*. Tugas yang dilakukan penulis selama tiga bulan periode magang mengarah pada kegiatan internal perusahaan yang berhubungan dengan *employee relations*, khususnya pada penyebaran informasi melalui *e-mail blast* dan buletin.

Tugas yang dilakukan penulis terkait kegiatan komunikasi internal selama melaksanakan praktik magang di PT United Tractors adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1

Tabel Uraian Kegiatan

JENIS KEGIATAN	AGUTUS				SEPTEMBER					OKTOBER			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	V	I	II	III	IV
A. Produksi Media PR													
<i>Buletin Aheme Edisi II</i> - Membuat rubrik - Membuat artikel - Wawancara - Desain dan <i>Layout</i>													
<i>Company Profile</i> - <i>Transkriping</i> - Desain dan <i>Layout</i>													
<i>Booklet United Tractors Head Office & Ballroom</i> - Desain dan <i>Layout</i>													
<i>Communication Guidelines</i> - <i>Transkriping</i> - Desain dan <i>Layout</i>													
<i>Buletin Aheme Edisi III</i> - Membuat rubrik - Membuat artikel - Desain dan <i>Layout</i>													
B. Event Management													
<i>Best Employee Championship</i> - Publikasi (spanduk dan													

xbanner) - Membuat Piagam													
<i>Forum Communication</i> - Membuat backdrop - Frontliner													
<i>Corcomm Trainee Company Visit Astra</i> - MC													
<i>HUT UT Ke-43</i> - Publikasi - Membuat Undangan - Desain poster POR UT													
<i>Astra Media Visit ke SCTV</i> - Peserta media visit													

3.3 Pembahasan

3.3.1 Produksi Media *Public Relations*

Fungsi media internal adalah sebagai media komunikasi informasi, pendidikan, hiburan dan media pengetahuan (Ruslan, 2010 : 216)

Jenis-jenis media publikasi ringan oleh Kriyantono (2008, h.192-196)

1. **Buletin** adalah lembaran yang berisi berita-berita ringan tentang aktivitas perusahaan. Biasanya diterbitkan berkala, harian, mingguan atau bulanan, serta hanya mengangkat satu tema (isu) tertentu dan bagaimana perkembangan isu tersebut.

2. **Poster** adalah pesan komunikasi yang dicetak pada lembar kertas berukuran besar. Poster bisa berisi perpaduan elemen kata dan grafis, tetapi ada yang hanya berisi kata-kata ataupun grafis saja.
3. **Leaflet** adalah alat promosi sejenis poster tetapi lebih kecil dari poster dan terdiri dari satu lembar. Isi *leaflet* bisa berbentuk tertulis atau pesan-pesan foto atau perpaduan keduanya.
4. **Brosur** yang biasa juga disebut pamflet adalah sejenis *leaflet* yang terdiri dari satu halaman bolak-balik yang dibentuk berlipat. Bisa juga dikemas seperti album foto. Brosur biasanya berisi pesan-pesan penjualan. Tugas membuat brosur bergantian antara *marketing* dengan *public relations*. *Public Relations* bertugas membuat pesan-pesan informatif, sedangkan *marketing* lebih pada pesan-pesan menjual.
5. **Majalah Dinding** adalah informasi yang ditempel pada papan tertentu yang melekat di dinding. Informasi bisa seputar perusahaan, puisi, opini dsb. Manfaat masing antara lain : media komunikasi dua arah, sebagai sarana kreatifitas seni, sebagai sarana menyampaikan opini, sebagai bahan bacaan di saat senggang.
6. **Booklet** adalah buku yang ukurannya kecil dan terdiri dari beberapa halaman. *Booklet* ditujukan untuk menjelaskan informasi lebih detail tentang suatu produk atau layanan perusahaan.

Terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam pembuatan media internal seperti *newsletter* menurut Kriyantono (2008, h.177) antara lain:

1. **Siapa sasaran *newsletter***, penentuan khalayak sasaran sangat penting diuraikan karena berkaitan dengan rencana

isi dan materi informasi yang harus disesuaikan dengan kebutuhan pembaca.

2. **Jenis informasi yang ditampilkan**, berupa informasi yang dapat berupa aktivitas ataupun laporan kemajuan (*progress-report*). Akan lebih menarik jika isi *newsletter* bervariasi.
3. **Anggaran**, semakin luas khalayak sasaran yang dijangkau tentu akan membutuhkan biaya lebih besar. Anggaran juga ditentukan oleh bagaimana perwajahan *newsletter*. *Newsletter* yang dikemas menarik juga semakin mempengaruhi besaran anggaran.
4. **Kontinuitas**, *public relations* harus merencanakan kontinuitas waktu terbit. Diharapkan *newsletter* bisa terbit secara berkala. Jika terbitnya tidak konsisten akan mempengaruhi kepercayaan khalayak.
5. **Gaya dan format**, ini berkaitan dengan gaya bahasa, tipografi huruf, *layout*, jenis kertas, jenis terbitan, pertimbangan rubrik-rubrik dsb.

Dalam proses produksi untuk membuat sebuah produk cetak maupun digital seperti brosur, leaflet, buku, majalah, poster dsb. Untuk keperluan publikasi media, terdapat tahapan dan hal-hal yang perlu diperhatikan untuk menghasilkan hasil produksi yang baik, antara lain :

1. Pembuatan Desain dan *Layout*

Desain adalah proses menyiapkan atau membuat image yang nantinya akan dicetak, proses desain sendiri bisa dilakukan menggunakan berbagai macam software grafis seperti pada umumnya adalah Adobe Illustrator, Corel Draw, Macromedia Freehand dan sebagainya, bisa juga dilakukan dengan menggambar manual menggunakan kertas dan alat tulis yang nantinya akan dilakukan proses

scan computer. Sedangkan proses layout adalah mengatur penempatan berbagai unsur komposisi, seperti misalnya huruf dan teks, garis-garis, bidang, gambar, foto atau image.

2. Warna

Dalam seni grafis warna merupakan unsur utama yang berfungsi sebagai pemikat. Penggunaan warna sangat berpengaruh pada suatu desain dan layout, terutama dalam meletakkan warna-warna pada teks dan gambar desain.

3. Teks/font

Font juga memiliki peran tersendiri, karena teks dan font berperan sebagai pemberi informasi kepada penikmat desain atau pembaca melalui kumpulan huruf yang ditata dengan baik. Maka dari itu pemilihan jenis font dan penataan huruf harus diatur dengan baik supaya dapat berinteraksi dengan pembacanya.

Dalam menjalankan peran *Communication* di PT United Tractors Tbk, media internal merupakan salah satu alat penunjang utama dalam menjalin hubungan antara perusahaan dengan para karyawan yang jumlahnya ribuan dan anak perusahaan yang tersebar di seluruh wilayah di Indonesia. Media internal yang digunakan beragam jenis dan kebutuhannya. Cara penyebarannya pun beragam. Meski pada praktiknya, media internal di *Communication Department* PT United Tractors Tbk lebih banyak disebarkan secara *online* melalui *e-mail blast*.

Berikut merupakan ragam media internal yang digunakan *Communication Department* PT United Tractors Tbk dan peran penulis dalam kegiatan komunikasi melalui media internal perusahaan :

3.3.1.1 Buletin Aheme

Salah satu alat komunikasi yang dibuat oleh praktisi *public relations* yaitu *newsletter*. *Newsletter* merupakan "house journal" yang diterbitkan berkala diperuntukan untuk kalangan sendiri. (Kriyanto, 2008, h.174)

Menurut Franks Jefkins (Ruslan, 2012 h.196-197) terdapat lima model utama House Journal, yaitu :

1. ***The Sales Bulletin***, merupakan bentuk media komunikasi reguler antara manajer penjualan dengan salesman yang berada di lapangan, dan biasanya diterbitkan secara mingguan.
2. ***The Newsletter***, merupakan media informasi atau siaran berita yang singkat, ditujukan kepada para pembaca yang sibuk atau tidak memiliki waktu yang banyak untuk membaca berita terlalu panjang dan rinci.
3. ***The Magazine***, suatu bentuk majalah yang berisikan tulisan feature, artikel, gambar-gambar dan biasanya diterbitkan berkala secara bulanan atau triwulan.
4. ***The Tabloid Newspaper***, yaitu media yang mirip dengan surat kabar populer dan berisikan berita-berita pokok, artikel populer

yang pendek dan dilengkapi dengan gambar atau ilustrasi pembaca. Biasanya diterbitkan berkala secara mingguan, bulanan atau dwibulanan.

5. *The Wall Newspaper*, merupakan bentuk media yang sering dipergunakan sebagai media komunikasi internal antar karyawan disebuah perusahaan besar, pabrik, pusat pertokoan dan hingga rumah sakit.

Dalam pembuatan *newsletter* terdapat tahap pengerjaan jurnalistik, seperti mencari berita, menulis berita, mengedit, mengatur tata letak (*layout*), hingga percetakannya. (Kriyanto, 2008, h.175)

(Kriyanto, 2008, h.175) menjelaskan bahwa *Newsletter* diharapkan berfungsi untuk:

1. Memberikan dorongan untuk memperkuat komitmen memberikan yang terbaik bagi perusahaan serta perbaikan moral kerja karyawan-karyawannya. Antara lain sebagai wahana pengakuan terhadap prestasi kerja karyawan
2. Sebagai media komunikasi yang menjembatani pihak manajemen dan karyawan, sehingga terjadi komunikasi dua arah.
3. Sebagai media publikasi melalui penampaian informasi tentang kegiatan atau apa saja yang berkaitan dengan perusahaan
4. Sebagai wahana penjalin hubungan publik internal dan eksternal.

5. Sebagai representatif citra korporat di mata publik.

Buletin Aheme merupakan program media internal baru yang dijalankan *Communication* PT United Tractors. Buletin Aheme sering disebut dengan *in house magazine / newsletter* perusahaan. Buletin Aheme terbit setiap dua bulan dan terbit perdana pada Bulan Juli 2015 yang disebarakan secara *online* melalui *e-mail blast* kepada para karyawan PT United Tractors dan anak perusahaan yang tergabung dalam Grup AHEME.

Buletin Aheme merupakan majalah internal yang berisikan tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan Grup Aheme, berita-berita seputar lini bisnis perusahaan, perkembangan perusahaan, kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan dan ulasan singkat tentang kegiatan peluncuran, *event*, pencapaian dan ditutup dengan *refreshment* berupa kuis berhadiah.

Dalam penerbitan Buletin Aheme, penulis bertugas merancang rubrik Buletin Aheme, melakukan wawancara, pengumpulan informasi dan membuat artikel bersama dengan anggota magang lain dibimbing oleh mentor dari *Communication Department*. Proses pembuatan Buletin Aheme Edisi II memakan waktu enam minggu dengan pembagian tugas secara individu maupun berkelompok. Tugas utama penulis secara individu dalam penerbitan Buletin Aheme Edisi II yang terbit pada bulan September 2015 yaitu membuat *layout design*. Penulis menggunakan program *Adobe InDesign*

dalam menyelesaikan proses *layout design* Buletin Aheme Edisi II dengan format akhir *pdf* yang dipublikasikan secara *online* melalui *e-mail blast* perusahaan.

Pada penerbitan Buletin Aheme Edisi III, peran penulis sama dengan proses pembuatan Buletin Aheme Edisi II. Namun Buletin Aheme Edisi III masih berjalan proses pembuatannya setelah penulis menyelesaikan masa praktik magang dengan estimasi penerbitan di pertengahan bulan November 2015.

Gambar 3.1

Aheme Buletin Edisi II - September 2015



Secara garis besar rubrik Buletin Aheme terdiri dari sebagai berikut :

- a. **Topik Utama & Opini** yang berisikan tentang topik yang sedang hangat terjadi dan diperbincangkan beserta opini dari karyawan atau masyarakat terkait mengenai topik tersebut,

- b. Profil** yang mengulas satu sosok inspiratif yang dapat menjadi teladan juga perkenalan kepada para karyawan maupun para anak perusahaan,
- c. Produk** yang berisikan informasi mengenai bisnis perusahaan baik dalam bentuk perkenalan, topik berita maupun promosi,
- d. Achievement** yang berikan tentang pencapaian yang diraih PT United Tractors Tbk maupun anak perusahaan dalam Grup AHAME,
- e. EHS** atau singkatan dari *Environment Health and Safety* yang berisikan tentang informasi juga kegiatan keselamatan dan kesehatan kerja di lingkungan perusahaan,
- f. CSR** atau singkatan dari *Corporate Social Responsibility* yang berisikan tentang kegiatan-kegiatan CSR perusahaan,
- g. Highlights** yang berisikan tentang kumpulan momen-momen peresmian, penghargaan, peluncuran maupun *event* yang digelar perusahaan yang dirangkum dalam suatu ulasan singkat,
- h. Kuis** merupakan *refreshment* di segmen akhir dari Buletin Ahame guna interaksi dua arah antara *Communication Department* dengan para karyawan juga anak perusahaan sekaligus sebagai tolak ukur seberapa besar antusias dan respon para karyawan dalam program Buletin Ahame yang baru saja dijalankan.

3.3.1.2 *Company Profile*

Company profile adalah produk tulisan praktisi *Public Relations* yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya. Bahkan ada perusahaan yang memilih membuat *company profile* berdasarkan kepentingan publik (Kriyantono, 2008, h.239).

Fungsi *Company Profile* menurut (Kriyantono, 2008, h.240-241) adalah sebagai berikut:

1. Sebagai representasi perusahaan. *Company profile* merupakan gambaran tentang perusahaan. Alat untuk mewakili perusahaan sehingga publik lebih mudah mencari informasi tentang perusahaan. Dapat juga digunakan sebagai alat membangun citra agar berbagai kelompok penekan dalam masyarakat mempunyai pemahaman yang benar tentang perusahaan.
2. Digunakan untuk melengkapi komunikasi lisan demi terciptanya *mutual understanding*.
3. Menghemat waktu transaksi. Pihak-pihak lain yang berkaitan dengan bisnis perusahaan tidak perlu menanyakan secara detail tentang perusahaan, produk, pasar, visi, misi, posisi keuangan dll. Hal itu dapat dipelajari melalui *company profile*, sebelum dan sesudah pertemuan.

4. Membangun identitas dan citra perusahaan.

Company profile yang dikemas menarik, detail, jelas dan mewah, mencerminkan wajah perusahaan di mata publik sebagai perusahaan yang besar dan bonafit.

Company Profile bukan hanya merupakan media internal perusahaan namun juga sebagai salah satu media utama dalam menyebarkan informasi mengenai perusahaan. Begitu juga peruntukannya di PT United Tractors Tbk. *Company Profile* digunakan untuk memberikan sebuah gambaran tentang sejarah, nilai, tujuan dan bisnis perusahaan. *Company Profile* setidaknya diperbaharui setahun sekali guna terus memberikan informasi terbaru tentang perusahaan.

Gambar 3.2

Company Profile United Tractors 2015



Profil Perusahaan
Company Profile



Di PT United Tractors Tbk, *Company Profile* dibuat dan disebar ke seluruh kantor cabang dan anak perusahaan guna menyelaraskan visi, misi dan kepentingan perusahaan. Pada tahun 2015, *Company Profile* diperbaharui dengan menambahkan berbagai informasi baru terlebih mengenai pilar bisnis PT United Tractors yang bertambah dari hanya berfokus pada Mesin Kontruksi, Kontraktor Penambangan dan Pertambangan Batu Bara menjadi empat fokus pilar ditambah dengan Industri Konstruksi.

Perkenalan pilar baru inilah yang menjadikan tujuan pembuatan *Company Profile* yang baru, sehingga penulis dalam hal ini bertugas membuat salinan tulisan (*transcript*) konten yang akan dimuat ke dalam cetakan *Company Profile* terbaru dengan bekerja secara kelompok bersama anggota magang lain. Dalam tugas individu, penulis bertugas membuat bagan struktur bisnis PT United Tractors Tbk terbaru dan membuat *layout design Company Profile* dengan menyesuaikan dengan tema dan pilar perusahaan terbaru. Penulis menggunakan program *Adobe Illustrator* dalam membuat *layout design Company Profile* 2015 PT United Tractors Tbk. Pembuatan *Company Profile* selesai dalam waktu lima minggu dari mulai proses *transcript* hingga menyelesaikan desain.

3.3.1.3 *Booklet United Tractors Head Office*

Booklet merupakan buku kecil tanpa jilid/cover berisi informasi dan gambar tentang suatu produk atau jasa. Bisa terdiri dari beberapa lembar kertas sehingga menyerupai buku. Penyebaran dilakukan dengan membagikan langsung kepada publik.

Booklet United Tractors Head Office atau *Booklet Office Rent and Tenancy United Tractors Head Office and Ballroom* merupakan jenis media internal perusahaan yang berisikan informasi mengenai gedung United Tractors yang baru saja diresmikan di bulan Mei 2015 bertemakan *Green Building* untuk keperluan promosi dan penyewaan. Selain gedung untuk keperluan perkantoran, United Tractors Head Office juga menyediakan Grand Ballroom untuk keperluan pertemuan ataupun perhelatan mewah dilengkapi dengan berbagai fasilitas penunjang yang baik.

Gambar 3.3

Booklet UTHO



Booklet UTHO ini merupakan proyek gabungan antara *Project Management* dan *Communication Department*. Dalam penyelesaian *booklet* atau *flyer* tersebut, penulis bertugas secara individu. Penulis membuat *layout design* dan mengkombinasikan kata-kata yang komunikatif sebagai bagian dari *Communication Department* untuk menarik minat para calon *tenant*. Penulis menggunakan program *Adobe Illustrator* dalam membuat *booklet* atau *flyer*. *Booklet* selesai dalam waktu tiga minggu dari proses pengumpulan informasi, foto, desain hingga verifikasi informasi yang telah selesai dimuat dalam desain akhir.

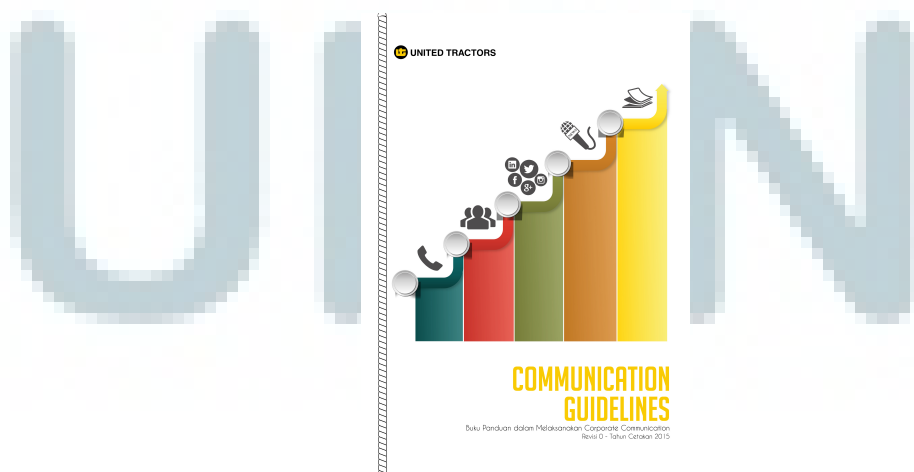
3.3.1.4 *Communication Guidelines*

Communication Guidelines adalah buku panduan dalam melaksanakan *Communication Department* di PT United Tractors Tbk. Buku panduan ini bertujuan untuk membantu peran Corporate Communication dalam proses komunikasi perusahaan dengan pemangku kepentingan secara profesional, transparan dan bertanggung jawab sesuai dengan prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*)

Buku panduan ini merupakan terbitan pertama yang masih dalam proses pengawasan konten dan kegunaannya. Buku ini dibuat untuk menjadi salah satu tahap awal membentuk *Communication Departement* yang interaktif dan terstruktur sebagai bentuk pengembangan departemen ini di masa mendatang.

Gambar 3.4

Communication Guideline



Tugas penulis dalam pembuatan *Communication Guidelines* adalah sebagai editor konten juga pendesain *layout*. *Communication Guidelines* penulis selesaikan dalam kurun waktu dua minggu dan masih berjalan prosesnya hingga penulis selesai menyelesaikan masa praktik magang di PT United Tractors Tbk. *Communication Guidelines* dikerjakan dalam tim dengan pengawasan langsung oleh mentor dan kepala *Communication Department*.

UMN

3.3.2 Event Management

Event merupakan media komunikasi menurut banyak ahli. Sulaksana (2007, h.40) yang menjelaskan bahwa event merupakan salah satu instrumen komunikasi *below the line* yang banyak digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada khalayaknya. Schmitt (2010, h.63) yang menempatkan *event* sebagai media komunikasi pemasaran yang fokus pada pengalaman konsumen yang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk berinteraksi secara langsung dengan perusahaan, merek, dan komunitas. Ruslan (2007, h.141-142) menjelaskan bahwa *events* merupakan pengembangan aktivitas *public relations* sebagai salah satu media komunikasi untuk menarik perhatian dan liputan media pers dan umum terhadap lembaga atau produk tertentu yang ditampilkan.

Penyelenggaraan *event* dapat menjadikan salah satu cara meningkatkan fungsi *public relations*. *Event* dapat meningkatkan fungsi publikasi *public relations* baik untuk internal maupun eksternal. Dalam pelaksanaan *public relations* di PT United Tractors Tbk., *Communication Department* mengadakan beberapa *events* baik untuk internal maupun eksternal. Selama penulis melakukan praktik magang terdapat berbagai kegiatan *event* yang diselenggarakan *Corporate Communications* antara lain :

3.3.2.1 Best Employee Championship

Best Employee Championship (BEC) merupakan *annual event* yang diselenggarakan dalam rangka memberikan apresiasi kepada para karyawan PT United Tractors Tbk baik kantor pusat maupun cabang yang berprestasi dan memberikan kontribusi positif kepada perusahaan. BEC digelar tiap tahun dalam serangkaian acara perayaan HUT PT United Tractors Tbk. Kegiatan BEC tahun 2015

ini bertemakan *Best of The Best*. Tugas penulis dalam kegiatan event BEC ini adalah membuat pengumuman tentang kegiatan *Best Employee Championship* yang akan diselenggarakan pada bulan September hingga Oktober 2015.

Gambar 3.5
Desain XBanner Best Employee Championship



Penulis membuat desain pengumuman yang disebarkan secara *blast* melalui *e-mail* perusahaan dan dimuat di Buletin Aheme Edisi II. Di minggu keempat Bulan September 2015, penulis mendapat tugas membuat spanduk dan *x-banner* pengumuman BEC pada tahap seleksi yang disebar dan dipasang di berbagai sudut gedung PT United Tractors Tbk, salah satunya di pintu utama, pintu masuk kantin dan *lift*. Pelaksanaan BEC dilakukan dalam tim yang tergabung dalam panitia HUT UT. Penulis berkontribusi dalam kepanitiaan desain dan publikasi di bawah koordinasi Monika Sinta Dewayanti yang menjadi salah satu panitia BEC. Penulis berkontribusi memberikan informasi terbaru

tentang tahapan-tahapan seleksi berupa pengumuman melalui *e-mail blast* berisikan daftar peserta yang masuk tahap berikutnya hingga tahap semifinal dan final. Di minggu kedua hingga ketiga bulan Oktober, penulis bertugas membuat piagam sertifikat para pemenang semifinal dan final peserta BEC yang terkategori dalam *Generalist* untuk semi final dan *Best of The Best* untuk final.

3.3.2.2 Forum Communication

Forum Communication (Forcom) adalah sebuah forum yang mengundang para anak perusahaan PT United Tractors Tbk dalam Grup AHME. Forum Communication ini baru ketiga kalinya digelar. Forcom ketiga yang digelar pada 9 September 2015 ini mengusung tema “Semangat Kerjasama dan Efisiensi Untuk Menghadapi Tantangan” dihadiri 55 peserta dari perwakilan anak-anak perusahaan dalam Grup AHME. Dengan PT United Tractors Tbk sebagai tuan rumah. Kepanitiaan Forcom dikoordinasi oleh divisi CESRSGACOMM dengan Ibu Sara K. Loebis sebagai pengawas langsung. Forcom dilaksanakan di Discovery Room Gedung Corporate University PT United Tractors Tbk. Dengan Budiman Tanuredjo, Pemimpin Redaksi Harian Kompas sebagai pembicara dengan bahasan mengenai Kompleksitas Pilkada Serentak 2015 kaitannya dengan perusahaan. Penulis bertugas membuat spanduk yang dipasang di ruangan tempat forum dilaksanakan, juga membantu para penanggung

jawab dalam mempersiapkan daftar hadir dan *refreshment*.

Gambar 3.6

Aktivitas Forum Communication



UMN

3.3.2.3 Corcomm Trainee Company Visit Astra

Corcomm Trainee Company Visit Astra merupakan *event* internal Astra International yang merupakan pemilik saham PT United Tractors Tbk. Sehubungan dengan baru dibentuknya *Management Training Corporate Communication* di Astra International, United Tractors sebagai anak perusahaan mendukung dengan menjadi tuan rumah untuk memperkenalkan perjalanan bisnis United Tractors kepada para *trainee* MT Corcomm Astra. Dihadiri 15 peserta beserta para mentor, acara terlaksana dengan baik dan meriah dengan adanya sesi tanya jawab.

Gambar 3.7

Aktivitas Corcomm Company Visit Astra



Penulis dalam acara ini bertugas sebagai pembawa acara yang memandu jalannya acara. Dengan tipe acara formal-santai penulis membuka acara dengan memperlihatkan video *company profile* perusahaan. Sambutan dari peserta pun meriah. Selain video company profile, ada beberapa presentasi yang disampaikan, presentasi mengenai company profile United Tractors Tbk oleh Ibu Sara K. Loebis, presentasi mengenai *Communication Department* yang bergerak di United Tractors oleh Elizabeth Ornella dan CSR perusahaan oleh Monika Sinta Dewayanti.

3.3.2.4 HUT UT Ke-43

United Tractors merayakan hari jadinya pada tanggal 13 Oktober. Di tahun 2015 ini, United Tractors berulang tahun ke-43 dengan perayaan yang digelar di Grand Ballroom United Tractors Head Office yang baru saja diresmikan Mei lalu. Sebelum acara puncak digelar 13 Oktober 2015, berbagai ragam acara telah digelar oleh panitia HUT UT antara lain, POR UT yaitu berbagai lomba-lomba olahraga, pelaksanaan *Best Employee Championship* (BEC), pelaksanaan UTVIC yaitu lomba inovasi, pelaksanaan United Tractors *Young Talent Engagement* (UTYTE) yaitu beasiswa kepada anak karyawan berbakat dan berprestasi dan lomba foto dan video menarik dengan tema HUT UT.

Gambar 3.8

Pelaksanaan HUT UT Ke-43



Perayaan HUT UT Ke-43 tahun ini bertemakan “Satu Tekad, Pantang Menyerah”. *“Tema ini dijunjung dengan menyesuaikan kondisi perekonomian saat ini yang juga mempengaruhi United Tractors, diharapkan seluruh jajaran United Tractors baik karyawan, staf maupun eksekutif harus tetap memiliki tekad yang kuat bersama-sama mengarungi kesulitan ekonomi saat ini.”* Begitulah salah satu kutipan yang disampaikan Presiden Direktur PT United Tractors Gidion Hasan dalam pidato yang beliau sampaikan dalam acara puncak perayaan HUT UT Ke-43.

Dalam proses pelaksanaan HUT UT Ke-43, penulis bertugas membuat undangan yang akan disebarkan kepada para *Executives* Grup Aheme dan *Founding Fathers* United Tractors atau leluhur pendiri United Tractors. Undangan disebarkan baik dalam bentuk cetak maupun online dikirimkan melalui *eimail* perusahaan oleh sekretaris panitia

HUT UT. Penulis memadukan tema HUT UT dengan keeleganan khas undangan resmi dengan warna dominan salem dan ungu. Penyelesaian undangan penulis kerjakan secara individu.

Pada pelaksanaan POR UT, penulis ikut membantu dalam membuat informasi pemberitahuan mengenai pelaksanaan POR Aerobic Competition, Lomba Lari dan Voli melalui desain yang dibuat penulis dan dikirimkan melalui *e-mail* masing-masing PIC dalam perlombaan POR UT. Penulis ikut dalam kepanitiaan *Aerobic Competition*, penulis bertugas melakukan rekapitulasi hasil nilai yang terkumpul untuk mengetahui pemenang lomba aerobik tersebut. Peserta aerobik sebanyak 18 tim dengan masing-masing tim berjumlah 8-10 orang. Penulis juga membuat simbolisasi piagam juara yang dikategorikan dalam juara 1,2,3 dan terfavorit. Dalam pelaksanaan lomba aerobik, masing-masing tim diharuskan memiliki yel-yel dan gerakan-gerakan menarik agar dapat memenangkan perlombaan dalam kategori terfavorit, sedangkan juara 1,2,3 dinilai berdasarkan kekompakan dan gerakan yang paling benar dalam melakukan aerobik.

Penulis selanjutnya bertugas membuat pengumuman untuk lomba United Tractors Young Talent Engagement (UT YTE) yaitu lomba kepada para anak-anak karyawan aktif PT United Tractors Tbk yang berbakat dengan hadiah beasiswa. Jenis yang dilombakan tidak hanya mata pelajaran ilmiah melainkan berbagai kemampuan non-akademis lainnya di bidang seni maupun olahraga.

Selanjutnya adalah penulis membuat pengumuman tentang lomba foto dan video menarik bertemakan HUT UT yang akan ditayangkan dalam acara puncak.

Seluruh hasil pemenang perlombaan diumumkan dan secara simbolis diberikan hadiah dalam acara puncak. Sebagai salah satu ajang paling dinantikan adalah UTVIC yaitu lomba inovasi yang digelar individu maupun kelompok perdepartemen dan juga pemenang *Best Employee Championship*.

3.3.2.5 Astra Media Visit ke SCTV

Media Relations merupakan bagian dari Public Relations Eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan Media Massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan Publik untuk mencapai tujuan organisasi. (Iriantara, 2005, h.32)

Tujuan penggunaan media dalam *Public Relations* menurut Iriantara (2005, h.32)

1. Membantu mempromosikan dan meningkatkan penjualan produk dan jasa
2. Menjalin komunikasi berkesinambungan
3. Meningkatkan kepercayaan public
4. Meningkatkan citra baik perusahaan/ organisasi

Tujuan *media relations* menurut Wardhani (2008, h.13)

1. Untuk memperoleh publisitas seluas mungkin mengenai kegiatan serta lembaga

2. Untuk memperoleh tempat dalam pemberitaan media
3. Untuk memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan organisasi
4. Mewujudkan hubungan yg stabil dan berkelanjutan yg dilandasi oleh saling percaya.

Gambar 3.9

Aktivitas Astra Media Visit ke SCTV



Pada tanggal 30 September 2015, PIC *Corporate Communication* seluruh grup Astra International termasuk United Tractors melakukan kunjungan media ke SCTV yang berada di jalan Asia Afrika Lot. 9 Mall Senayan City. Lebih dari 30 peserta dari seluruh perwakilan hadir dalam kunjungan media tersebut. Dengan pembicara yaitu Mohamad Teguh selaku pemimpin redaksi SCTV dan Raymond yaitu Eksekutif Produser SCTV menjelaskan bagaimana produksi berita dan porsi penayangan program-program di SCTV kaitannya dengan perusahaan dan *lifestyle*. Selain

mendengarkan seminar pembicara, para PIC diajak berkunjung dalam *Newsroom* Liputan6 dimana para pembawa berita menghantarkan berita-berita aktual dan terkini kepada khalayak publik dalam program Liputan6.

Penulis bersama dengan tiga peserta lain Ibu Ornella Elizabeth, Ibu Monika Sinta Dewayanti dan Triayu Puspita Sari merupakan perwakilan dari United Tractors yang ikut dalam kunjungan media ke SCTV. Penulis mengikuti keseluruhan proses kunjungan dan bertugas mendokumentasikan situasi kunjungan untuk kebutuhan Buletin Aheme Edisi III.

3.4 Kendala Yang Dihadapi

Dalam proses magang yang penulis jalankan selama tiga bulan di PT United Tractors Tbk, kendala yang dihadapi adaah sebagai berikut :

1. Kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang paham mengenai proses dan standar pembuatan media internal sehingga terkendala dalam menyesuaikan kebutuhan dan keinginan para pengguna media internal tersebut.
2. Kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang menguasai program-program yang digunakan untuk membuat media internal seperti Adobe Illustrator dan Adobe Indesain.
3. Kurangnya fasilitas pendukung untuk membuat media internal dari perusahaan.
4. Pada pembuatan *company profile* 2015, gambar-gambar yang dipakai cenderung koleksi foto lama yang seharusnya perlu diperbaharui guna keaktualan informasi. Selain itu agar menarik minat pembaca.

3.5 Solusi

Solusi yang diberikan penulis dalam menghadapi kendala yang dihadapi sebagai usaha perbaikan di masa mendatang adalah :

1. Diharapkan terdapatnya fasilitas penunjang seperti akses internet untuk para peserta magang terlebih kepada PIC yang bertugas dalam publikasi sosial media dan program-program media komunikasi agar prosesnya juga dapat berkembang,
2. Diharapkan terdapatnya standar pembuatan media internal yang konsisten agar mempermudah para PIC untuk menjalankan program media internal di perusahaan.
3. Diharapkan agar PIC yang bertugas dalam media komuikasi dibekali informasi yang memadai agar meminimalisir revisi agar informasi yang dibuat lebih cepat disebarkan guna informasi yang aktual.