



Hak cipta dan penggunaan kembali:

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

Copyright and reuse:

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

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama proses magang berlangsung, penulis diberikan kedudukan pada departemen *Internal Communications* yang berada di bawah divisi *Corporate Communication*. Departemen *Internal Communications* dibagi menjadi 3 unit yaitu *Internal Media & Corporate Website*, *Internal Events* dan *Employee Communication & Volunteerism*. Penulis secara khusus ditugaskan di unit *Employee Communication & Volunteerism*.

Proses magang berlangsung selama 2 bulan dibawah bimbingan Pak Kennedy Jinata selaku *Employee Communication & Volunteerism Officer* dan Pak R. Sukrido Hasto Broto selaku *Internal Communication & Events Manager* di Maybank Indonesia. Tidak hanya bertugas di unit *Employee Communication & Volunteerism*, penulis juga aktif pada unit *Internal Communications* lainnya beserta membantu kegiatan CSR dan *Public Relations* di *Corporate Communication* Maybank Indonesia. Penempatan posisi dalam praktik magang di sesuaikan dengan studi penulis yaitu Ilmu Komunikasi dengan fokus pada *Public Relations*. Aktivitas atau tugas yang dilakukan mencakup *Employee Engagement, Event Management, CSR, dan Media Relations*.

3.2 Tugas yang dilakukan

Tugas yang dilakukan penulis berdasarkan aktivitas Public Relations :

No.	Pekerjaan	Deskripsi Pekerjaan	Agustus				September				Oktober
			I	II	III	IV	I	II	III	IV	I
1	BII Beasiswa Prestasi 2015 (Employee Engagement Program)	Mengolah data &berkas karyawan, membuat memo penerima beasiswa, MHR2U									
2	Internal Events	Health Talk, Wealth Talk, Town Hall, Penyerahan BII Beasiswa Prestasi									
3	CSR	Global CR Day 2015									
4	Press Conference	Registrasi media partner Invest ASEAN Indonesia 2015, press release									
5	Internal Media	Distribusi BII News/ Kabar Maybank									

Tabel 3.1 Kegiatan yang dilakukan mahasiswa

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

No.	Pekerjaan	Deskripsi Pekerjaan
1.	Employee Engagement (BII Beasiswa Prestasi 2015) 8 Agustus – 31 September 2015	<ol style="list-style-type: none">a. Melakukan pengolahan dan input data karyawan calon penerima program “BII Beasiswa Prestasi 2015b. Menentukan pemenang melalui proses seleksi yang ketat dan penuh pertimbanganc. Follow up dengan calon penerima beasiswad. Membantu penyebaran informasi seputar program kepada calon penerima beasiswae. Spelling nama karyawan dan cek status Band karyawan berdasarkan data lengkap dari HC

UMMN

2.	<p>Internal Events</p> <p>9 Agustus 2015- 8 Oktober 2015</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Menyusun event checklist & rundown b. Menyebarkan form pendaftaran kepada seluruh karyawan Head Office Maybank Indonesia (untuk 100 pendaftar pertama) lewat MHR2U c. Koordinasi dengan vendor catering untuk konsumsi peserta acara d. Mengurus administrasi sekaligus registrasi absen karyawan di setiap event e. Koordinasi dengan pihak sponsor untuk pembagian goodie bag peserta f. Menyerahkan plakat sebagai simbolisasi kepada Presiden Direktur.
----	--	---

Tabel 3.2 Proses Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.2 Penjelasan Kegiatan Selama Kerja Magang

3.	Media/ Press Relations 7 Oktober 2015	<ul style="list-style-type: none"> a. Berpartisipasi dalam Maybank Invest ASEAN 2015 b. Mengurus registrasi media yang hadir baik media online, TV maupun cetak dalam press conference dan seminar c. Membagikan ID media partner serta menyiapkan <i>goodie bag</i> beserta <i>press realease</i> yang sudah diprint dalam bahasa Indonesia dan Inggris.
4.	CSR 5 September 2015	<ul style="list-style-type: none"> a. Berpartisipasi dalam Global CR Day 2015 b. Bertanggung jawab atas registrasi dan absen peserta c. Membantu persiapan dan pembagian alat – alat kebersihan d. Menyerahkan plakat kepada Presiden Direktur

3.3.2.1 Employee Engagement

Karyawan merupakan salah satu *stakeholders* perusahaan yang memiliki peranan penting dalam pertumbuhan dan kesuksesan sebuah perusahaan. Sebuah perusahaan tidak bisa berjalan dan berkembang tanpa kehadiran dan kerja keras dari seluruh karyawannya. Kinerja karyawan merupakan dasar bagi pencapaian prestasi perusahaan. Karyawan tidak hanya diharapkan loyal terhadap perusahaan, tetapi mampu menunjukkan suatu keterlibatan (*engagement*) dan komitmen untuk memberikan yang terbaik kepada perusahaan tempat mereka bekerja. Lewat *Employee Engagement*, karyawan diharapkan dapat menumbuhkan rasa saling

percaya serta kebanggaan terhadap perusahaan. Mereka dapat berkomitmen terhadap pekerjaannya serta didukung dengan adanya sumber daya dan kemampuan yang memadai untuk melakukan pekerjaannya.

Employee Engagement pertama kali dikemukakan oleh kelompok peneliti Gallup (Endres & Smoak, 2008). Mereka mengklaim bahwa *Employee Engagement* dapat memprediksi peningkatan kinerja pada karyawan, profitabilitas, mempertahankan karyawan, kepuasan konsumen, serta keberhasilan untuk organisasi (Bates, 2004; Baumruk, 2004; Richman, 2006).

Employee Engagement adalah penghayatan seorang karyawan terhadap tujuan dan pemusatan energi, yang muncul dalam bentuk inisiatif, adaptibilitas, usaha, dan kegigihan yang mengarah pada tujuan organisasi (Wiley & Blackwell - *Employee Engagement : Tools for Analysis, Practice, and Competitive Advantage*. Chapter 1 :hal 7).

Dalam *Employee engagement*, seorang karyawan akan menampilkan kinerja yang sangat baik. Ada 4 prinsip utama yang menjadi syarat bagi seorang karyawan untuk menjadi *engage*, yaitu :

1. The Capacity to Engage

Untuk menciptakan karyawan yang *engage* dibutuhkan lingkungan kerja yang tidak hanya bisa meminta lebih, tetapi juga menyediakan lahan informasi, kesempatan belajar, dan mampu menciptakan keseimbangan kehidupan karyawannya, yaitu dengan menciptakan suatu basis untuk menampung energi dan inisiatif karyawan.

2. The Motivation to Engage

Engagement muncul ketika karyawan memiliki ketertarikan terhadap pekerjaan mereka dan sesuai dengan nilai pribadi mereka, dan karyawan diperlakukan dengan cara yang secara alami menimbulkan rasa ingin membalas dalam bentuk kebaikan.

3. The Freedom to Engage

Engagement terjadi ketika karyawan merasa aman untuk bertindak berdasarkan inisiatif mereka. Oleh karena itu, kepercayaan menjadi hal yang paling penting di bawah kondisi sulit, tidak pasti, dan kebutuhan untuk berubah – terutama ketika employee engagement itu dianggap penting.

4. The Focus of Strategic Engagement

Ketika perusahaan menyediakan kesempatan untuk berkembang, jenis pekerjaan yang sesuai, pengawasan yang adil dan bijaksana, upah yang sesuai, jaminan keamanan, dan seterusnya, engagement akan muncul dengan sendirinya karena rasa percaya akan prinsip timbal balik.

Maybank Indonesia sebagai salah satu perusahaan perbankan terbesar di Indonesia memiliki kesadaran tinggi akan pentingnya memotivasi karyawannya lewat program – program Employee Engagement. Maybank Indonesia memiliki keyakinan bahwa karyawan adalah aset penting perusahaan yang perlu diperhatikan kesehatannya dan tingkat loyalitas mereka terhadap perusahaan. Salah satu buktinya adalah melalui program tahunan “BII Beasiswa Prestasi” yang sudah

berjalan sejak tahun 2011 hingga saat ini. Program ini juga merupakan wujud kepedulian Maybank Indonesia terhadap dunia pendidikan yang ditujukan kepada putra-putri karyawan Maybank Indonesia yang berprestasi. Hal ini merupakan bentuk nyata dari program *well being* guna meningkatkan *engagement* karyawan terhadap perusahaan. Di tahun – tahun sebelumnya, program ini ditangani oleh divisi Human Capital Maybank Indonesia tetapi untuk tahun 2015 ini diserahkan kepada departemen *Internal Communications* sebagai bentuk program *Employee Engagement*. Program ini bertujuan umum untuk menjadikan para karyawan semakin loyal terhadap perusahaan.

Pemberian beasiswa ini ditujukan kepada putra – putri karyawan Level Non Band – Band B yang berprestasi dan memenuhi persyaratan akademik & non-akademik. Program ini diperuntukkan bagi 420 penerima yang merupakan anak karyawan Maybank se-Indonesia dari jenjang pendidikan Sekolah Dasar (SD) sampai Perguruan Tinggi. “BII Beasiswa Prestasi” ini disalurkan dalam bentuk Tabungan BII. Putra- putri karyawan yang memenuhi persyaratan akan dipilih sebagai penerima beasiswa setelah lulus proses seleksi administrasi, *scoring*, dan proses seleksi *final* yang melibatkan *Senior Management* Maybank Indonesia. Dikarenakan jumlah target karyawan yang mendaftar adalah 1000 pendaftar, maka penulis dan rekan magang lainnya beserta pembimbing di lapangan membutuhkan waktu sekitar 2 bulan dari proses awal seleksi hingga final untuk seleksi 1000 pendaftar tersebut. Pertama, penulis bertugas untuk menerima semua berkas yang masuk dan melakukan input data sesuai dengan format yang telah ditentukan. Berkas – berkas yang dimaksud adalah :

- a. Formulir Permohonan BII Beasiswa Prestasi
- b. Surat Rekomendasi
- c. Kartu ID karyawan
- d. Foto copy buku Tabungan BII milik putra/putri karyawan
- e. Kartu Keluarga
- f. Akta Lahir anak
- g. Fotocopy rapor atau transkrip nilai 1 tahun / 2 semester terakhir (semester ganjil genap)
- h. Fotocopy Sertifikat/Piagam Kejuaraan Non Akademik (optional)

Penulis secara teliti harus melakukan input data dan mengolah data – data dari berkas tersebut untuk menghindari adanya kesalahan – kesalahan yang merugikan. Berkas – berkas tersebut juga harus lengkap sesuai dengan persyaratan yang ada. Apabila terdapat kekurangan berkas atau ada kesalahan maka penulis sendiri akan menghubungi karyawan – karyawan yang dimaksud untuk melakukan *follow up* terkait berkas yang dimaksud. Koordinasi dan komunikasi yang baik juga harus selalu dilakukan dengan rekan magang dan pembimbing karena masing – masing dari kami terkadang memiliki informasi yang lebih *up to date* menyangkut berkas atau data karyawan.

Selain melihat kelengkapan berkas, penulis juga harus memeriksa status Band karyawan – karyawan tersebut karena tidak semua karyawan bisa mengikuti program ini. Proses *scoring* juga menjadi salah satu penentu lolos atau tidaknya para calon penerima beasiswa. Putra – putri berprestasi dinilai tidak hanya berdasarkan prestasi akademik saja tetapi juga non-akademiknya. Untuk proses

seleksi dan penilaian telah dibuat sistem penilaian dan pembobotan yang dilakukan untuk menyaring penerima beasiswa 2015.

Setelah menentukan seluruh penerima beasiswa 2015, pengumuman dilakukan melalui *email blast* yang dikirim kepada para pemenang saja. Penyusunan konten *email* dilakukan bersama pembimbing lapangan yaitu berisi ucapan selamat dan juga list beberapa hal yang harus ditindak lanjuti untuk dapat terus mengikuti proses hingga final. Salah satu hal yang penting adalah memastikan bahwa tabungan BII putra – putri penerima beasiswa 2015 masih memiliki status aktif dikarenakan pada akhirnya nominal beasiswa akan dtransfer ke tabungan BII masing – masing penerima.

Seluruh proses tersebut dilakukan dalam jangka waktu 2 bulan setelah mendapatkan daftar pemenang sesuai dengan persyaratan nilai akademik sesuai dengan jenjang pendidikan berikut

3.3.2.2 Internal Events

Menurut Anton Shone dan Bryn Parry (2004, h. 2-3) *event* atau yang biasa dikenal dengan *special event* didefinisikan sebagai fenomena yang muncul dari kejadian-kejadian yang bersifat non rutin, yang didalamnya terdapat unsur hiburan, budaya, personal atau tujuan perusahaan yang merupakan bagian dari aktifitas kehidupan sehari-hari, yang tujuannya adalah mencerahkan, merayakan, menghibur, atau memberikan pengalaman sekelompok orang.

Internal Events adalah kegiatan - kegiatan atau acara yang diselenggarakan oleh pihak internal perusahaan yang ditujukan untuk para publik internal yaitu karyawan dan para pemimpin perusahaan. *Internal Events* diselenggarakan dengan didasari pencapaian suatu tujuan tertentu. Menurut Internasional Dictionary of Event Management yang diterbitkan oleh John Wiley & Sons Inc., *Internal Events* adalah acara (events) yang disponsori oleh perusahaan untuk mencapai suatu tujuan dan sasaran tertentu, seperti memperkenalkan atau mempromosikan produk dan jasa, pelatihan untuk karyawan, serta kegiatan perusahaan lainnya. Yang menjadi target audience dari *Internal Events* adalah para public atau stakeholders internal perusahaan.

Di dalam penyelenggaraan *Internal Events*, perusahaan sebagai pihak penyelenggara sering kali menganggap proses pelaksanaannya mudah. Sama seperti jenis *events* lainnya hanya saja *Internal Events* sifatnya *non-commercial*. Padahal banyak sekali faktor dan aspek yang perlu diperhatikan saat mengadakan sebuah *Internal Events* seperti misalnya aspek – aspek budaya perusahaan (*corporate culture*), nilai bersama kelompok (*community collective values*), budaya kerja personil perusahaan (*working culture*), jejaring perusahaan dalam industry (*corporate & business network*) dan aspek lainnya yang sangat perlu memperoleh perhatian. Sebuah acara tentunya dapat menggambarkan citra dan budaya perusahaan maka umumnya *Internal Events* dilaksanakan oleh divisi *Public Relations* atau *Corporate Communication*.

Berbagai *Internal Events* di Maybank Indonesia dilaksanakan atau diselenggarakan oleh divisi *Internal Events*. Acara – acara yang diselenggarakan

dikerjakan sendiri dari pihak internal perusahaan tanpa melibatkan EO sebagai *outsourcing*. Hal ini tentunya mendatangkan keuntungan tersendiri, seperti :

- a. Pengendalian dan pengawasan anggaran maupun jadwal pekerjaan lebih mudah, karena semuanya melibatkan pihak – pihak internal
- b. Jenis dan tujuan acara dapat disesuaikan dengan visi, misi, dan budaya perusahaan

Sedangkan kekurangannya adalah :

- a. Pengerahan staff atau tenaga kerja dapat membebani seluruh perusahaan
- b. Dapat mengganggu tanggung jawab dan pekerjaan rutin para karyawan / staff di dalam kehidupan kerja sehari – hari.

Selama magang, Penulis mendapat kesempatan untuk belajar dan berpartisipasi dalam beberapa acara internal yang diselenggarakan divisi Internal Events Maybank Indonesia. Setiap Internal Events yang diselenggarakan melibatkan seluruh divisi *Internal Communication*. Hal ini dikarenakan minimnya jumlah staff yang ada sehingga membutuhkan kerja sama dari setiap staff. Masing – masing acara memiliki jenis dan tujuan serta *management* yang berbeda – beda.

Beberapa *Internal Events* di Maybank Indonesia, yaitu :

- a. Health Talk

Acara “Health Talk” merupakan program edukasi kesehatan yang dikemas dengan jenis *acaratalk show* dan diselenggarakan setiap 2 minggu sekali. Tujuan dari Health Talk adalah untuk memberikan informasi seputar kesehatan yang memadai kepada

karyawan Maybank. Health Talk merupakan hasil kerja sama Maybank Indonesia dengan Asuransi Sinar Mas. Program edukasi kesehatan karyawan ini pertama kali diselenggarakan pada tanggal 13 Agustus 2015 dengan topik “Turunkan Kolesterol Dengan Diet Sehat”. Setiap sesinya akan mendatangkan perwakilan rumah sakit yang berbeda – beda, dengan narasumber dokter dan topik kesehatan yang berbeda pula.



The banner features a yellow circle on the left with the text "HEALTH TALK". To the right, the title "Turunkan Kolesterol dengan Diet Sehat" is displayed in bold black text. Below the title, the event details are listed: "Kamis, 13 Agustus 2015", "Pkl. 12.00 WIB. - selesai", "Sentral Senayan 3 Lt.28", and "Nara sumber: dr. Resa Setiadinata, Sp.PD (Siloam Hospitals Kebon Jeruk)". The background includes images of a watermelon, a glass of red juice, and a measuring tape. The "bii Maybank" logo is in the top right corner. A yellow box at the bottom contains a paragraph of text about cholesterol and a registration link: "Daftarkan segera diri Anda melalui <http://MyHR2U>, terbuka untuk 100 pendaftar pertama." Below this is a yellow bar with the text "Humanising Financial Services."

HEALTH TALK

Turunkan Kolesterol dengan Diet Sehat

Kamis, 13 Agustus 2015
Pkl. 12.00 WIB. - selesai
Sentral Senayan 3 Lt.28
Nara sumber: dr. Resa Setiadinata, Sp.PD
(Siloam Hospitals Kebon Jeruk)

Saat Lebaran, seringkali kita menyantap semua sajian yang disajikan. Makanan berkuah, berlemak, bersantan, sampai minuman yang manis begitu menggoda untuk dicicipi. Namun, makanan dan minuman tersebut berdampak negatif bagi tubuh kita apabila dikonsumsi secara berlebihan. Salah satu dampak yang ditimbulkan adalah naiknya kadar kolesterol dalam darah. Kadar kolesterol yang tinggi dapat menjadi faktor risiko berbagai macam penyakit, seperti penyakit jantung, stroke, dll. Bagaimana cara kita untuk menurunkan kadar kolesterol dalam darah tersebut?

Daftarkan segera diri Anda melalui <http://MyHR2U>, terbuka untuk 100 pendaftar pertama.

Humanising Financial Services.

Gambar 3.1 Banner Health Talk

Target Audience dari Health Talk adalah karyawan Maybank Indonesia yang berada di Head Office. Untuk proses pendaftaran, pertama-tama akan disebarakan informasi dan undangan lewat MHR2U (sebuahdan hanya diberikan kepada 100

pendaftar pertama. Penulis diberi tanggung jawab untuk membantu menyusun rundown serta *cue card* MC. Untuk beberapa sesi Health Talk disediakan *booth* dimana para karyawan dapat melakukan pemeriksaan gula darah ataupun kolesterol secara gratis. Penulis melakukan koordinasi dengan pihak sponsor dan rumah sakit untuk penempatan booth dan meja registrasi.

Wealth Talk adalah *talk show* yang serupa dengan Health Talk yang diselenggarakan secara internal di Maybank Indonesia namun dengan tujuan edukasi financial atau seputar pengelolaan keuangan bagi para karyawan. Acara ini baru pertama kali diselenggarakan dengan mengundang narasumber dari Maybank Asset Management.

b. Town Hall Meeting

Town Hall Meeting merupakan acara *meeting* yang berfungsi sebagai medium komunikasi yang dihadiri oleh petinggi perusahaan yaitu karyawan level manager, *Board of Directors (BOD)*, dewan komisaris dan CEO. *Meeting Internal* ini diadakan sesuai dengan tingkat kebutuhan. Town hall meeting juga dapat menjadi sarana diskusi untuk membicarakan informasi atau permasalahan yang menyangkut perusahaan.

Humanising Financial Services.



Jakarta, 20 March 2015

Group PCEO Town Hall Meeting

Peran dan aktivitas..., Retrivia Tonadi, FIKOM UMN, 2016

G

Gambar 3.2 Banner Town Hall

Saat Penulis berada dalam masa praktik magang, Maybank Indonesia mengadakan RUPSLB mengenai proses *rebranding* dan perubahan nama BII. Penulis tidak dapat hadir dalam RUPSLB tersebut. Namun, Penulis mendapatkan evaluasi proses dan hasil dari RUPSLB tersebut yang dapat dikaitkan dengan teori *Public Relations* sebagai berikut :

- RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa)

RUPS sebagai organ perusahaan merupakan wadah para pemegang saham untuk mengambil keputusan penting yang berkaitan dengan modal yang ditanam dalam perusahaan, dengan memperhatikan ketentuan Anggaran Dasar dan peraturan perundang-undangan. Keputusan yang diambil dalam RUPS didasari pada kepentingan usaha Perseroan dalam jangka panjang. Dalam kaitannya dengan *Public Relations*,

Ketentuan dalam Pasal 75 ayat 1 UU No. 40/2007, yang menyatakan bahwa:

”RUPS dalam mata acara lain-lain tidak berhak mengambil keputusan, kecuali semua pemegang saham hadir dan/atau diwakili dalam RUPS dan menyetujui penambahan mata acara Rapat.”

Maybank Indonesia menyelenggarakan RUPSLB pada 24 Agustus 2015 dengan persetujuan perubahan nama BII menjadi Maybank Indonesia. Transformasi identitas BII ini akan menggabungkan nilai – nilai positif yang dimiliki oleh BII dan Grup Maybank, dan merupakan tahapan ilmiah evolusi BII di dalam Grup Maybank guna memajukan bisnis dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sebagai tindak lanjut hasil RUPSLB ini, Maybank akan meminta persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia dan Regulator atas rencana perubahan nama perusahaan tersebut.

3.3.2.3 Media/ Press Relations

Menurut Iriantara (2005: 32), *Media relations* merupakan bagian dari PR eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan menurut Ruslan (2006: 169) : *Press Relations* adalah suatu kegiatan khusus dari pihak public relations untuk melakukan komunikasi penyampaian pesan atau informasi tertentu mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, perusahaan/ institusi, produk, hingga kegiatan yang bersifat individual lainnya yang

perlu dipublikasikan melalui kerja sama dengan pihak pers atau media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif.

Adapun fungsi dari *Media Relations* adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan citra perusahaan.
2. Meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
3. Meningkatkan *point of selling* dari produk dan jasa.
4. Membantu perusahaan keluar dari komunikasi krisis.
5. Meningkatkan relasi dari beragam publik, seperti terhadap lembaga pemerintahan, perusahaan-perusahaan, organisasi kemasyarakatan, maupun individu.

Bentuk *Media Relations* paling populer adalah Siaran Pers (*Press Release*) dan Konferensi Pers (*Press Conference*).

Maybank Invest ASEAN merupakan serangkaian konferensi di negara – negara ASEAN dengan tema "*Embracing AEC: The Indonesia Opportunity*". Konferensi final diselenggarakan di Grand Hyatt Jakarta, Indonesia pada 7 Oktober 2015. Konferensi ini diikuti 400 peserta dari 7 negara, diantaranya peserta dari 25 perusahaan Indonesia dan Malaysia yang memiliki total kapitalisasi pasarnya mencapai 93 miliar dolar AS dan 60 pendanaan di dunia dengan total dana kelolaan (*Assets Under Management-AUM*) 585 miliar dolar AS.

Pada konferensi ini, Penulis bertugas untuk mengurus registrasi atau absen para media yang datang dalam *press conference*, baik media TV, online maupun cetak. Selain itu wartawan juga diberikan *goodie bag* yang berisikan souvenir dan *press realease*. Di sini penulis dapat membandingkan sendiri praktik *Press Conference* yang sebenarnya dengan ilmu yang pernah dipelajari di mata kuliah Media Relations.

3.3.2.4 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (selanjutnya disingkat CSR) merupakan kewajiban suatu perusahaan diluar apa yang dituntut oleh hukum dan system ekonomi (*Social Obligation*) untuk mengejar tujuan jangka panjang yang baik bagi komunitas masyarakat (Robbins & Coutler, 2002)

Kemudian, Ghana dalam Elvinaro dan Dindin (2011:37) mendefinisikan CSR sebagai berikut,

“CSR is about capacity building for sustainable likelihood. It respect cultural differences and finds the bussines opportunities in building the skill of employees, the community and the government”.

Definisi ini memberikan penjelasan secara lebih dalam bahwa sesungguhnya CSR membangun kapasitas yang kemungkinan berkelanjutan. CSR menghargai perbedaan budaya dan menemukan peluang-peluang bisnis dalam membangun keterampilan, komunitas dan pemerintah.

“Global CR Day” adalah sebuah kegiatan CSR yang diselenggarakan Maybank dan diikuti oleh seluruh karyawan Maybank sebanyak 22.000 karyawan di 19 negara termasuk di Indonesia. Acara ini juga merupakan bagian dari program *employee volunteerism*. Di sini para karyawan bersatu secara langsung dengan komunitas sekitar dan membantu meneruskan pengaruh baik dari kehidupan dan lingkungan mereka lewat inisiatif yang berkelanjutan.

Dengan tema *inspiring communities globally*. Kegiatan ini diadakan serentak di 19 negara dalam 1 hari. Global CR Day 2015 di Indonesia dihadiri oleh CEO dan beberapa dewan direksi dan juga diikuti oleh perwakilan karyawan – karyawan cabang Maybank Indonesia. Global CR Day 2015 merupakan kegiatan membersihkan area sekitar Gelora Bung Karno. Seperti membersihkan sampah yang berserakan, menyapu daun – daun, dan mengecat ulang tembok yang sudah kotor. Kegiatan tersebut tidak hanya dilakukan oleh karyawan tetapi juga para dewan direksi dan CEO Maybank Indonesia Pak Taswin Zakaria. Para peserta diberikan seperangkat alat kebersihan seperti kantong plastik, sarung tangan, masker, dan pembersih tangan.

Penulis mendapat kesempatan untuk membantu pelaksanaan Global CR Day sebagai panitia registrasi. Penulis bertanggung jawab terhadap absen para karyawan sebagai peserta yang hadir dan mereka harus menuliskan data diri mereka. Kemudian penulis menghitung jumlah karyawan yang hadir menurut kantor cabang atau di kantor Maybank mana mereka bekerja. Penulis juga diberi kesempatan untuk menyerahkan plakat kepada Pak Taswin Zakaria sebagai proses

simbolisasi ucapan terima kasih dan apresiasi kepada para petugas kebersihan yang bekerja di area Gelora Bung Karno.



Gambar 3.3 Global CR Day 2015

3.4 Kendala dan Solusi dalam Proses Kerja Magang

Selama proses kerja magang, Penulis mendapatkan beberapa kendala. Tetapi, Penulis tetap berupaya mengatasi kendala – kendala tersebut bersama divisi – divisi lain dalam *Corporate Communication* Maybank Indonesia. Kendala yang Penulis hadapi antara lain :

Masih merangkapnya kerja dari masing - masing divisi. Kurangnya jumlah karyawan disetiap unit terkadang membawa pengaruh saat sedang mengadakan event. Ketika mengadakan event, para staff atau karyawan harus meninggalkan tanggung jawab pekerjaannya untuk mengurus event sehingga untuk hal – hal tertentu yang membutuhkan koordinasi dan ketepatan waktu tidak dapat terlaksana