



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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**

Beragam divisi yang dimiliki oleh Sinar Mas Land memiliki fungsi dan peran yang beragam pula dengan tujuannya masing-masing. Sudah sepatutnya seorang karyawan ditempatkan di divisi yang sesuai dengan latar belakang pendidikannya. Demikian juga pelaksana kerja magang yang berlatarbelakang sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi ditempatkan di posisi *Public Relations Intern* dalam *President Office* departemen *Corporate Communication*. Dibawah bimbingan Atikah Sunarya selaku *Section Head of Corporate Public Relations & Social Media*, tugas yang dilakukan seluruhnya terkait dengan implementasi *public relations* pada perusahaan, meliputi penulisan *press release* dan *event management* bagi Sinar Mas Land.

Dalam kesehariannya, Public Relations banyak berkoordinasi dengan divisi *Media Relations* dan *Internal Communication* dalam menyelenggarakan kegiatan perusahaan. Adapun tugas dan aktivitas harian pelaksana kerja magang diarahkan langsung oleh *Public Relations Activities staff* sebagai pembimbing lapangan, yaitu Anisa Gita Putri. Namun pada praktiknya, penulis tidak hanya mendapat mandat dari pembimbing lapangan saja, melainkan dari seluruh anggota divisi *public relations*. Penulis juga dipercayakan untuk mengontak komunitas, *blogger*, dan *vlogger* untuk keperluan acara *gathering*, melakukan dokumentasi dalam bentuk foto dan video selama *event* berlangsung, serta melakukan *interview* secara online atau offline untuk mendapatkan *feedback* dari target yang disasar dari setiap *event* Sinar Mas Land.

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

Pada praktik pekerjaannya, selama empat bulan, aktivitas yang dilakukan sebagai *Public Relations Intern* adalah menjaga hubungan yang sudah baik dengan

*stakeholders* melalui kegiatan-kegiatan perusahaan, seperti mem-*blast press release* dan mengadakan *event*. Dalam menjalankan pekerjaan yang diberikan, penulis selaku pekerja magang harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, serta inisiatif dan kreativitas yang tinggi. Semua pekerjaan yang dilakukan harus dapat dipertanggungjawabkan kepada rekan satu divisi dan atasan. Untuk itu, seluruh anggota divisi PR wajib mendapat *brief* dan diskusi sebelum melaksanakan pekerjaan, dengan tujuan hasil akhir pekerjaan akan sesuai dengan harapan. Berikut adalah mata kuliah yang terkait dalam proses kerja magang yang dilaksanakan:

1. *Media Relations*: sistematis menulis konten PR yang baik dan benar untuk keperluan publikasi media.
2. *Corporate Social Responsibility & Social Marketing*: cara menyusun sebuah *event* CSR perusahaan yang berkelanjutan.
3. *Art, Copywriting & Creative Strategy*: berkaitan dengan penulisan dan penyusunan konten kreatif PR yang menarik.

Berikut adalah daftar pekerjaan selama kerja magang yang telah disusun dalam tabel:

**Tabel 3. 1 Daftar Pekerjaan Kerja Magang**

Minggu ke-	Pekerjaan yang Dilakukan
1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan <i>translate MoU</i> Sinar Mas Land dan Microsoft Indonesia.</li> <li>2. Membuat <i>Potential Q&amp;A</i> media untuk <i>Signing Ceremony MoU</i> Sinar Mas Land dan Microsoft Indonesia.</li> <li>3. Melakukan <i>interview</i> via email dengan mahasiswa IULI penerima beasiswa Sinar Mas Land</li> </ol>
2	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membantu menyusun <i>objective event</i> “Sinar Mas Land Mencari Juara”.</li> <li>2. Membuat <i>wording poster event</i> Sinar Mas Land Mencari Juara.</li> </ol>
3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan dokumentasi dan membuat <i>caption</i> foto untuk media <i>blast</i> Pasar Rakyat School.</li> <li>2. Panitia acara NoBar “Battle of Surabaya” yang pertama.</li> </ol>
4	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat <i>press release launching tower</i> terbaru apartemen AKASA.</li> </ol>
5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat <i>Minutes of Meeting</i> rapat BSD Community Gathering 2019.</li> <li>2. Membuat <i>press release</i> sosialisasi Pasar Rakyat School di Semarang.</li> <li>3. Panitia acara BSD Community Gathering 2019.</li> </ol>
6	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dokumentasi kunjungan <i>exchange students</i> dari UI ke Sinar Mas Land.</li> <li>2. Dokumentasi acara launching BSD Innovation Labs.</li> </ol>
7	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Panitia acara NoBar “Battle of Surabaya” yang kedua.</li> </ol>
8	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat <i>press release</i> ruko The Savia BSD Sold Out.</li> <li>2. Panitia acara Berantas Buta Al-Quran (BBQ) 2019.</li> </ol>
9	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat <i>press release one-year anniversary</i> SAVASA.</li> </ol>
10	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat <i>press release</i> launching ruko Westfield di Grand Wisata Bekasi.</li> </ol>
11	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Panitia acara NoBar “Battle of Surabaya” yang ketiga.</li> </ol>
12	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Panitia acara Baksos Pemeriksaan Kesehatan Umum dan Gigi.</li> <li>2. Panitia dokumentasi sosialisasi <i>event</i> Sinar Mas Land Mencari Juara di SDN Jelupang 02 dan SDN Rawabuntu 01.</li> </ol>
13	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat <i>press release launching</i> ICE Business Park.</li> </ol>

	2. Panitia dokumentasi sosialisasi event Sinar Mas Land Mencari Juara di SDN Cicalengka dan SDN Pagedangan 3.
14	1. Membuat <i>press release launching</i> Savia Park @Nusaloka. 2. Panitia dokumentasi sosialisasi event Sinar Mas Land Mencari Juara di SDN Lengkong Gudang.
15	1. Membuat <i>press release launching</i> Provence Suites. 2. Panitia acara Final Sinar Mas Land mencari Juara.
16	1. Membuat press release Nongsa D-Town. 2. Membuat press release Ngobrol@Tempo. 3. Panitia acara NoBar “Battle of Surabaya’ yang keempat.

Sumber: Dokumen Pribadi

Berikut adalah riwayat pekerjaan yang dilakukan selama praktik kerja magang di Sinar Mas Land:

**Tabel 3. 2 Tabel Uraian Kegiatan Magang**

Kegiatan		Minggu ke-															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Public Relations Writing	Press Release	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Wording	■				■	■										
Event Management	Community Gathering				■	■											
	Pemeriksaan Kesehatan Gratis											■					
	Launching BSD Innovation Labs						■										
	Kunjungan CEO Mitsubishi ke BSD															■	
	Sinar Mas Land Mencari Juara												■	■	■	■	
	Berantas Buta Quran (BBQ)					■	■	■									
	Nonton Bareng "NoBar" Animasi			■			■						■				■

Sumber: Dokumen Pribadi

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Sesuai dengan peraturan perusahaan yang berlaku, penulis sebagai pekerja magang wajib mengikuti aturan-aturan yang telah ditetapkan seperti datang tepat waktu, berpakaian *semi-formal/semi-casual*, merahasiakan data internal perusahaan, dan mengisi daftar kehadiran per hari. Penulis juga diwajibkan menyelesaikan masa kerja magang sesuai tenggat waktu yang ditentukan.

### 3.3.1 *Public Relations Writing (PR Writing)*

Penulisan Humas atau yang sering disebut *PR Writing* adalah keterampilan menulis (*writing skills*) khas Humas atau Public Relations (PR) dalam menghasilkan naskah-naskah yang diperlukan untuk kepentingan pencitraan positif dan popularitas lembaga, perusahaan, atau organisasi.

Menurut Iriantara (2011), *PR Writing* dapat dibagi menjadi dua kategori:

1. Berkaitan dengan *Media Relations/Press Relations*, seperti naskah *press release* (siaran pers), advertorial, dan *press conference* (press kit/media kit).
2. Berkaitan dengan media promosi, informasi, dan komunikasi perusahaan/organisasi, seperti naskah untuk dipublikasikan di *newsletter*, *in house magazine/Company Magazines*, naskah laporan tahunan (*annual report*), *company profile*, *leaflet*, *booklet*, brosur, dan sebagainya.

Untuk menghasilkan naskah yang baik, PR harus memiliki keterampilan jurnalistik layaknya wartawan, seperti pemahaman tentang nilai berita (*news values*), bahasa jurnalistik (*language of mass communications*), kode etik jurnalistik, dan sebagainya.

Untuk kepentingan publikasi yang luas, PR membutuhkan peran media. Karena itu, diperlukan sebuah hubungan yang baik dengan kalangan pers/media massa (*Press/Media Relations*).

Adapun jenis-jenis *PR Writing* antara lain, **siaran pers atau *press release***, surat pembaca, advertorial, brosur, *press conference* atau *media kit*, naskah pidato, *newsletter*, dan *inhouse magazine*.

#### 3.3.1.1 *Press Release*

Pengertian *press release* atau siaran pers yang dikemukakan oleh Soemirat dan Ardianto (2010 p. 54) dalam Dasar-Dasar *Public Relations* adalah informasi dalam

bentuk berita yang dibuat oleh seorang *public relations* suatu organisasi atau perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers atau redaksi media massa (TV, radio, surat kabar, majalah) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut.

Selain itu, Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations* menjelaskan definisi *press release* adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Cara membuat *press release* sama dengan cara membuat naskah berita. *Press release* harus berisi fakta atau rekonstruksi peristiwa dengan kandungan elemen berita 5W+1H.

1. *What* – Apa yang terjadi, peristiwa apa.
2. *Who* – Siapa pelaku atau orang yang terlibat dalam peristiwa tersebut.
3. *Why* – Mengapa hal tersebut terjadi, latar belakang, tujuan atau penyebab kejadian.
4. *When* – Kapan terjadinya, unsur waktu (hari, tanggal, bulan, tahun, jam).
5. *Where* – Di mana terjadinya peristiwa, lokasi acara.
6. *How* – Bagaimana proses kejadiannya secara detil dan rinci.

Sebuah *press release* yang baik juga harus mengandung nilai berita atau *news value* sebagai berikut:

1. Aktual – Peristiwa baru terjadi, hangat.
2. Faktual – Peristiwa benar-benar terjadi serta memiliki fakta dan data.
3. Penting – Menyangkut kepentingan umum, menyangkut orang penting.
4. Menarik – Menimbulkan keingintahuan dan rasa penasaran.

Prinsip penulisan *press release* adalah dengan menggunakan pola piramida terbalik atau *inverted pyramid*, yaitu mengedepankan fakta terpenting seperti gambar berikut:

Gambar 3. 1 Piramida Terbalik



Sumber: romeltea.com

Fakta terpenting yaitu unsur *What*, *Who*, *When*, dan *Where* – kejadian apa, siapa yang terlibat, kapan dan di mana terjadinya. Dilanjutkan dengan fakta penting yaitu unsur *Why* dan *How*, yaitu latar belakang dan rincian acara. Fakta berikutnya berupa informasi tambahan atau profil ringkas lembaga atau instansi. Struktur penulisan press release terdiri dari judul (*head*), teras (*lead*), dan isi (*body*). Menurut Cole dalam Soemirat dan Ardianto (2004), penggunaan pola piramida terbalik ini digunakan dengan alasan pembaca dikategorikan sebagai orang yang sibuk dan hanya memiliki waktu singkat untuk membaca berita faktual.

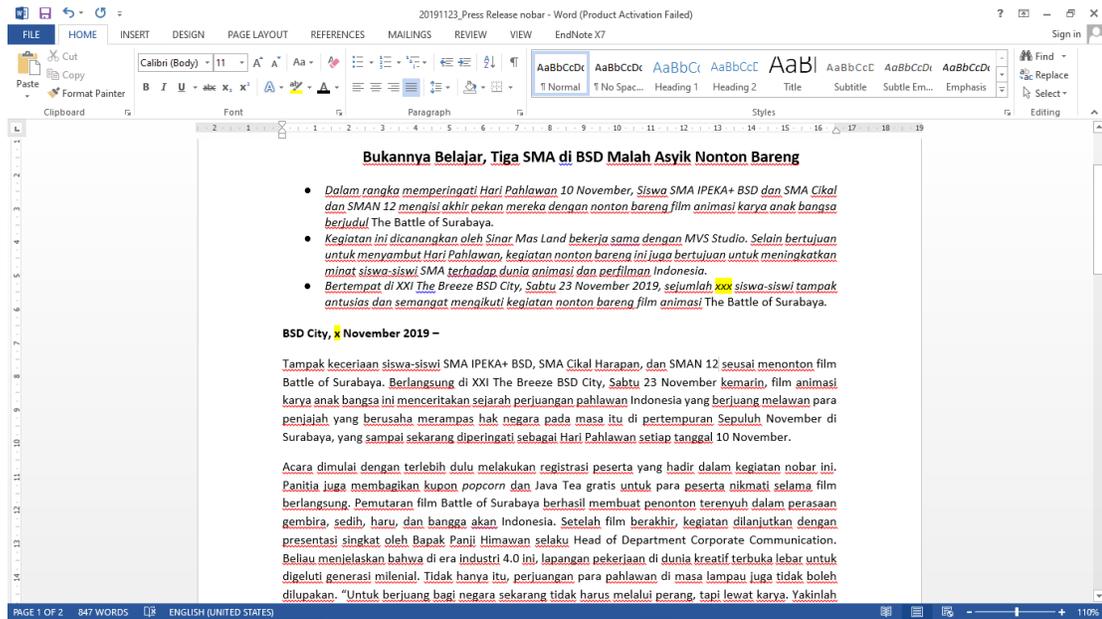
Selama proses kerja magang, penulis diberi kepercayaan untuk menulis siaran pers atau *press release* yang berkaitan dengan *launching* produk baru dan penyelenggaraan *event*. Pola pembuatan *Press release* yang diterapkan oleh Sinar Mas Land kurang sesuai dengan pola piramida terbalik. Ambil kasus dalam salah satu pembuatan *press release* untuk acara Ngobrol@Tempo yang dikerjakan penulis, berjudul Kolaborasi Sinar Mas Land dengan Tempo dalam Ngobrol@Tempo. Pola pembuatan *Press release* ini kurang sesuai dengan pola piramida terbalik. Di mana bagian paling atas diisi dengan latar belakang dilaksanakannya *event* atau diluncurkannya produk, lebih kepada unsur *Why* yang lebih dulu dicantumkan, yaitu perkembangan industri 4.0 dan maraknya transaksi e-wallet. Kemudian di bagian

tengah barulah *press release* mengandung unsur *What*, *Who*, *When*, dan *Where*, yang berisi penjelasan apa itu acara Ngobrol@Tempo, narasumber yang terlibat, kapan dilaksanakannya event, serta tempat dilaksanakannya event. Pada bagian akhir isi rilis menjelaskan unsur *How* yaitu topik pembahasan yang akan diusung, yang kemudian ditutup dengan profil singkat perusahaan. Alasan dari penggunaan pola yang berbeda dengan pola piramida terbalik adalah PR Sinar Mas Land ingin membuat *press release* yang memiliki alur naratif.

Berbeda dengan *press release* acara Nonton *Bareng* Battle of Surabaya, penulis merujuk pada pola piramida terbalik dimana semua informasi terpenting dapat ditemukan di paragraf awal, *What* – acara nonton bareng film animasi “Battle of Surabaya”, *Who* – siswa-siswi SMA IPEKA+ BSD dan SMA Cikal Harapan, narasumber yaitu Bapak Arianto Yuniawan selaku sutradara film “Battle of Surabaya”. *When* – Sabtu, 23 November 2019, dan *Where* – XXI, The Breeze, BSD City. Dilanjutkan dengan informasi tambahan yaitu *Why*, yaitu di era industri 4.0, lapangan pekerjaan di dunia kreatif terbuka lebar untuk digeluti generasi milenial, serta memperingati Hari Pahlawan 10 November, perjuangan pahlawan di masa lampau harus dilanjutkan, bukan melalui perang tapi melalui karya. Serta *How* – penjelasan acara dimulai dengan terlebih dahulu melakukan registrasi peserta, membagikan konsumsi snack, barulah pemutaran film berlangsung, dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dengan narasumber, ditutup dengan foto bersama dan pembagian konsumsi makan siang.

Secara umum, *press release* yang dikerjakan oleh Sinar Mas Land mengandung nilai berita atau news value yang Aktual, yaitu peristiwa yang ditulis baru terjadi. Seperti *event* atau acara yang akan dilangsungkan, produk yang baru saja diluncurkan, atau peresmian fasilitas atau infrastruktur baru.

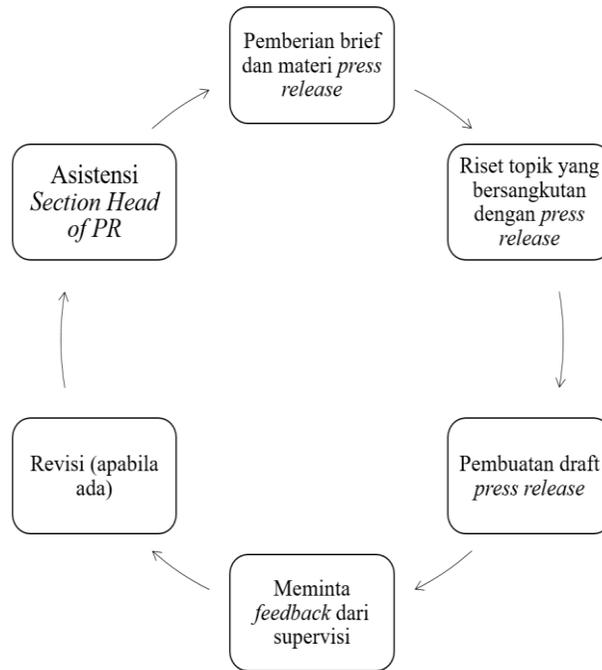
**Gambar 3.2 Draft Press Release Event NoBar**



Sumber: Dokumen Pribadi

Langkah pengerjaan yang dikerjakan penulis dimulai dari *brief* singkat dan materi yang diberikan Anisa Gita Putri selaku supervisi magang penulis untuk menulis *press release* yang bersangkutan dengan topik yang diberikan. Kemudian, pekerja magang harus melakukan riset terlebih dahulu berkaitan dengan topik. Topik yang diberikan dalam masa kerja magang penulis berkaitan dengan launching produk salah satunya adalah Nongsa D-Town, sebuah kawasan di Batam yang ditujukan untuk menjadi pusat ekonomi digital Indonesia dan Singapura. Usai melakukan riset, barulah pengerjaan *draft press release* dimulai. Penulis harus mengirim email yang berisi *draft press release* kepada supervisi untuk diperiksa apabila diperlukannya revisi. Setelah menerima *feedback* dan revisi, *draft press release* kemudian harus diasistensi oleh Atikah Sunarya selaku *Section Head of Public Relations* sebelum disebar ke media.

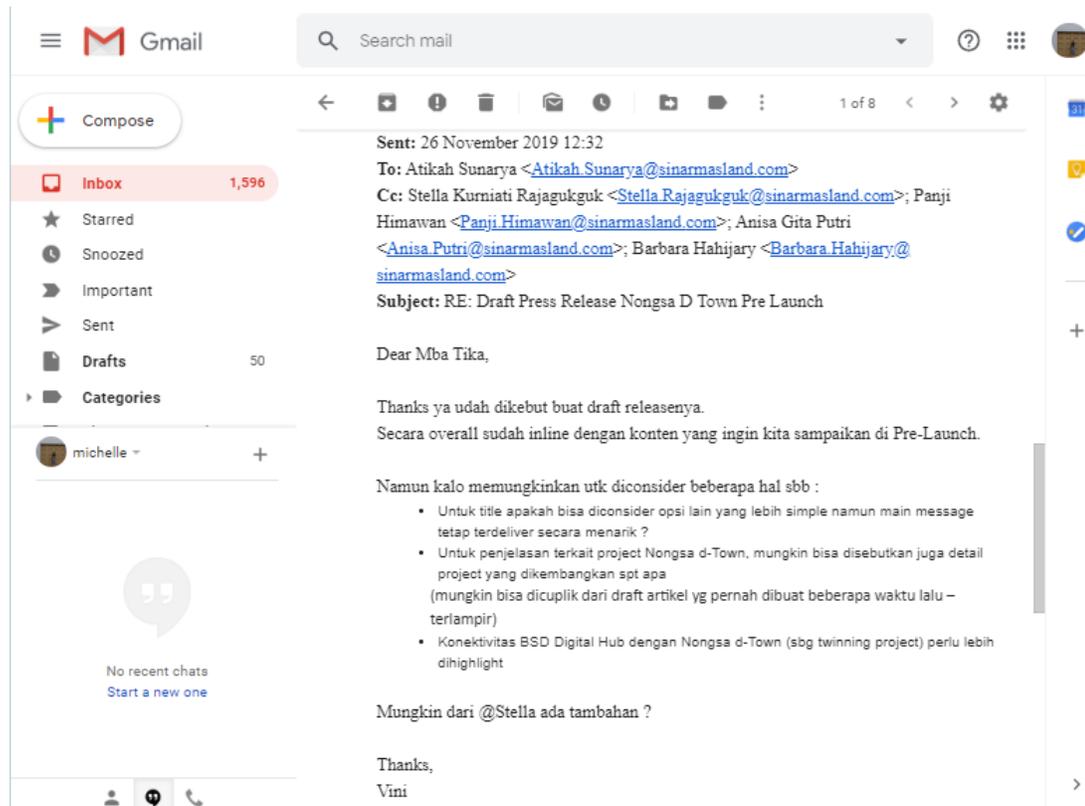
**Gambar 3. 3 Alur Kerja Pembuatan Press Release**



Sumber: Dokumen Pribadi



**Gambar 3. 5 E-mail Permintaan Revisi *Press Release***



Sumber: Dokumen Pribadi

### 3.3.2 *Event Management*

Menurut Any (2009 p. 7), definisi *event* adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting dalam hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Menurut Bowdin et al dalam bukunya *Events Management* (2006 p. 14) mengutip *Accepted Practices Exchange (APEX) Industry Glossar of Terms*, definisi *event* adalah sebuah acara yang terorganisir seperti *meeting, convention, exhibition, special event, gala dinner*, dan lain sebagainya. Sebuah *event* seringkali disusun dari fungsi yang berbeda namun berkaitan. *Special events* menurut Bowdin et al (2006 p. 15) adalah sebuah istilah yang menjelaskan sebuah ritual tertentu, presentasi, penampilan, atau perayaan yang secara sadar direncanakan dan dibuat

sebagai menandakan terjadinya sebuah kejadian spesial, dengan tujuan sosial, kultural, atau tujuan khusus perusahaan. *Special events* dapat berupa:

- *National days / celebrations*
- *Important civic occasions*
- *Unique cultural performances*
- *Major sporting fixtures*
- ***Corporate function***
- *Trade promotions*
- *Product launches*

Melihat jenis dan tipe *event* yang diselenggarakan Sinar Mas Land, tampak bahwa tujuan umum dari *event* yang dilaksanakan adalah sebagai *corporate function*. Di mana *event* yang diselenggarakan bertujuan untuk kelangsungan fungsional perusahaan. Indikator dari tercapainya tujuan ini adalah jumlah peserta atau pengunjung yang berpartisipasi dalam event. Menurut Any dalam buku *Event Management* (2009, p. 179) kunci utama kesuksesan sebuah *event* terdapat pada pengunjung yang mengetahui manfaat yang akan didapat melalui sebuah *event*.

Tahap Pelaksanaan *Event* menurut Goldblatt (2002), sebuah event yang sukses mempunyai lima tahapan penting yang harus diperhatikan:

#### 1. *Research*

Dalam melaksanakan sebuah event terdapat lima pertanyaan dasar (5W+1H) yang bisa digunakan dalam merencanakan pelaksanaan sebuah event. Setelah menjawab kelima pertanyaan tersebut, dilakukan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threats*), untuk mendapatkan dan memastikan semua tahapan berjalan dengan sistematis.

#### 2. *Design*

Di tahap ini, penting untuk melakukan *brainstorming* dan *mind mapping* di mana semua anggota dikumpulkan dan mengajukan ide masing-masing, yang selanjutnya dihubungkan dan dikonstruksi menjadi satu filosofi *event* yang

mencakup keuangan, sosial, budaya, dan aspek penting lainnya dalam pelaksanaan sebuah *event*.

### 3. *Planning*

Tahapan paling lama dalam proses manajemen event, namun apabila tahap research dan design dilakukan dengan baik maka tahap perencanaan bisa dilakukan dengan baik maka tahap planning akan dilakukan dengan mudah. Namun sebaliknya, apabila tahap research dan design belum dilakukan dengan baik, maka sangat mungkin terjadi ketidaksesuaian pada tahap perencanaan dan dilakukan pergantian rencana utama dengan rencana pengganti. Dalam tahap perencanaan melibatkan penggunaan tiga dasar hukum yakni waktu, tempat, dan tempo.

### 4. *Coordination*

Koordinasi merupakan tahap yang paling banyak dilakukan saat pelaksanaan atau eksekusi pada tahap sebelumnya yaitu mengeksekusi rencana yang telah dibentuk dengan matang. Pada tahap ini peran event manager sangat penting di mana event manager dihadapkan pada banyak pilihan yang mengharuskan pengambilan keputusan untuk dilakukan.

### 5. *Evaluation*

Tahap evaluasi yaitu tahap dilakukannya penilaian pada *event* dari tahap pertama hingga *event* telah selesai diselenggarakan. Penilaian pada evaluasi sendiri berfungsi untuk menjadi bahan acuan pada penyelenggaraan *event* serupa yang akan diselenggarakan selanjutnya. Evaluasi merupakan proses penilaian, pengukuran efektivitas strategi yang digunakan dalam upaya mencapai tujuan perusahaan. Data yang diperoleh dari hasil evaluasi tersebut akan digunakan sebagai analisis situasi dalam program berikutnya, tentunya dengan tujuan melihat kelebihan dan kelemahan acara.

Melihat pelaksanaan kerja magang yang dilakukan penulis, secara keseluruhan kegiatan *event* yang dilaksanakan oleh Sinar Mas Land terkategori sebagai kegiatan Corporate Social Responsibility atau CSR.

### 3.3.3.1 Corporate Social Responsibility

Dalam Komisi Masyarakat Eropa (2001) dinyatakan bahwa definisi tanggung jawab sosial korporat menunjukkan sebuah konsep tentang pengintegrasian kepedulian masalah sosial dan lingkungan hidup ke dalam operasi bisnis perusahaan dan interaksi sukarela antara perusahaan dan para stakeholdersnya. Sehingga ada dua hal yang terkait dengan tanggung jawab sosial korporat yaitu pertimbangan sosial dan lingkungan hidup serta interaksi sukarela. (Iriantara, 2004).

Menurut Crowther David dalam Hadi (2011), prinsip-prinsip CSR dibagi tiga yaitu:

1. *Sustainability*: berkaitan dengan bagaimana perusahaan melakukan kegiatan dengan memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan.
2. *Accountability*: upaya perusahaan untuk bersikap terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan.
3. *Transparency*: berkaitan dengan usaha perusahaan untuk mengurangi misinformasi dengan pihak eksternal.

*Event* CSR yang diadakan *Corporate Communication* berpegang pada prinsip *accountability*, yakni kegiatan yang dilaksanakan juga berperan sebagai media bagi perusahaan untuk membangun citra dan *network* terhadap para pemangku kepentingan. Sinar Mas Land bertumpu pada tujuan dan program yang diharapkan bisa berkelanjutan untuk masa depan BSD City, yaitu Satu BSD. Satu BSD merupakan sebuah akronim dari Silaturahmi Antar Umat yang Berdikari, Sehat, dan Damai. Dalam setiap *event* yang diselenggarakan, partisipan acara selalu diperkenalkan dengan program Satu BSD. Program Satu BSD sendiri memiliki *objectives* untuk mempererat silaturahmi warga BSD City yang berbeda-beda namun tetap satu, selain itu untuk meningkatkan rasa memiliki warga terhadap lingkungan sehingga nanti BSD City dapat sepenuhnya dikelola oleh warga ketika pengembang selesai membangun semua infrastruktur dan fasilitas di BSD City.

Mengambil contoh *event* Sinar Mas Land Mencari Juara. SML Mencari Juara adalah sebuah turnamen bulutangkis bagi anak-anak SD kelas 3-5 dengan hadiah berupa pemberian 10 beasiswa untuk dilatih langsung oleh Candra Wijaya di Candra Wijaya International Badminton Center selama satu tahun penuh. Diselenggarakan mulai dari 16 Oktober – 16 November 2019, event SML Mencari Juara adalah event yang cukup besar dan harus direncanakan dengan sangat matang.

Merujuk pada tahap pelaksanaan *event* menurut Goldblatt (2002), *event* Sinar Mas Land Mencari Juara bisa dikatakan mengikuti lima tahapan penting mulai dari *research*, *design*, *planning*, *coordination*, dan *evaluation*. Tahap *research* dilakukan perusahaan dengan terlebih dulu mendata sekolah khususnya sekolah negeri mana yang tepat untuk diadakannya sosialisasi. Hasilnya, sosialisasi dilaksanakan di sejumlah 6 sekolah yaitu SDN Setu pada 16 Oktober 2019, SDN Jelupang 02 pada 22 Oktober 2019, SDN Rawa Buntu 02 pada 24 Oktober 2019, SDN Cicalengka dan SDN Pagedangan 03 pada 31 Oktober 2019, serta SDN Lengkong Gudang pada 4 November 2019. Pada tahap *design*, *brainstorming* yang dilakukan adalah membagi tugas dan ranah pekerjaan masing-masing anggota tim. Dalam hal ini, penulis selaku pekerja magang diberi tanggung jawab menjadi panitia dokumentasi. Pada tahap *planning*, tim PR Sinar Mas Land berdiskusi dengan tim Jusraga Event Organizer mengenai waktu pelaksanaan, tempat pelaksanaan, dan sistemasi pendaftaran peserta. Tahap koordinasi dilakukan oleh tim PR dan Jusraga Event Organizer melalui rapat besar sehingga setiap panitia mengetahui secara jelas *jobdesc* yang harus dieksekusi berdasarkan rundown yang telah dibuat. Sedangkan di tahap evaluasi dilakukan secara internal tanpa pekerja magang.

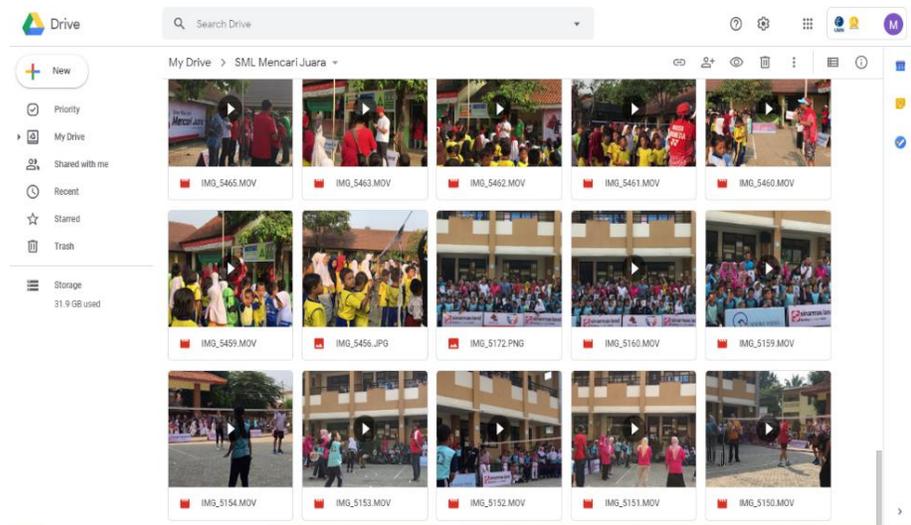
Berikut adalah bentuk publikasi dan dokumentasi video pada sosialisasi SML Mencari Juara:

Gambar 3. 6 Publikasi Media Acara SML Mencari Juara



Sumber: kompas.com

Gambar 3. 7 Dokumentasi Video oleh Penulis



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Begitu pula dengan *event* Baksos Pemeriksaan Kesehatan Umum dan Gigi dengan penerapan 5 tahapan *event management* secara lengkap. Baksos ini adalah

acara yang sudah beberapa kali diadakan Sinar Mas Land dengan tujuan memberikan pemeriksaan kesehatan secara gratis kepada mereka yang kurang mampu. Acara ini diselenggarakan pada Sabtu, 26 Oktober 2019, bekerjasama dengan Yayasan Muslim Sinar Mas Land, Yayasan Buddha Tzu Chi, Eka Hospital, an Eka Tjipta Foundation.

Dimulai dengan tahap *research* di mana perwakilan Sinar Mas Land dan Yayasan Buddha Tzu Chi mencari desa di sekitar kawasan BSD City untuk dilakukannya *event* baksos ini. Kemudian tim melakukan tahap *design* dengan melakukan pembagian jobdesc masing-masing anggota. Dilanjutkan dengan penyusunan rundown acara dan sistemasi pelaksanaan baksos di tahap *planning*. Tahap koordinasi dilakukan sehari sebelum baksos dilaksanakan, yaitu pelaksanaan gladi bersih langsung di lokasi yaitu SD Madrasah Islam Raudlatul Anwar, serta *briefing* singkat di hari H event dari perwakilan Yayasan Buddha Tzu Chi kepada pekerja magang dan para *volunteer* sebelum dibukanya registrasi peserta. Namun sayangnya, tahap evaluasi juga dilakukan tanpa melibatkan pekerja magang.

Berikut dokumentasi yang diambil penulis saat pelaksanaan bakti sosial:

**Gambar 3. 8 Dokumentasi Baksos Pemeriksaan Kesehatan**



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Demikian juga dengan event Berantas Buta Al-Quran 2019 dan *event* Community Gathering BSD 2019. Secara keseluruhan, lima tahapan *event* telah dilakukan. Karena kedua *event* sudah dilakukan secara tahunan, sehingga sudah dianggap memiliki data yang cukup, tahap riset tidak lagi dilakukan. Sehingga langsung ke tahap *design* yaitu pembagian tugas, *planning* dengan melakukan penyusunan *rundown* acara, sistemasi pelaksanaan *event*, menentukan juri dan narasumber, vendor konsumsi, dan total hadiah dan *goodie bag* yang akan diberikan kepada pemenang. Tahap koordinasi dilakukan dengan menyampaikan hasil tahap *planning* kepada semua pihak yang terlibat baik internal maupun eksternal. Tahap evaluasi dilakukan dalam rapat besar departemen *corporate communication*, untuk Berantas Buta Al-Quran 2019, terdapat kritik dan saran bagi acara yaitu lokasi yang dipilih dianggap kurang memadai untuk jumlah peserta lomba. Untuk acara Community Gathering BSD 2019, penulis sebagai pekerja magang melakukan *interview* singkat dengan perwakilan komunitas yang hadir pada waktu *event*, untuk meminta *feedback* bagi pelaksanaan acara secara on the spot. Saran dari beberapa peserta adalah acara gathering bisa dibuat lebih interaktif dan eksploratif, dengan menghindari format *talkshow*, serta memanfaatkan kawasan BSD City yang luas dan memiliki lokasi menarik yang jaraknya berdekatan satu sama lain. Penulis menyampaikan saran tersebut dalam rapat evaluasi yang dilaksanakan.

Selain itu, terdapat juga beberapa *event* yang memiliki *objectives* untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap Digital Hub, sebuah kawasan yang ditujukan untuk menjadi pusat ekonomi digital di BSD City, layaknya Silicon Valley di Amerika Serikat. Secara umum, event-event ini juga menerapkan lima tahapan *event management*. Seperti *Signing Ceremony* BSD Innovation Labs dan acara Nonton Bareng “NoBar” film karya anak bangsa yaitu Battle of Surabaya.

BSD Innovation Labs adalah wadah akselerasi startup yang akan berfokus mengembangkan startup yang bergerak di bidang *property technology (proptech)*. Pembangunan BSD Innovation Labs ditujukan untuk melengkapi ekosistem digital di BSD City, untuk menggandeng Plug&Play dan Digitaraya yang dianggap kompeten di

bidangnya. Acara ini diselenggarakan di BSD Green Office Park 1 pada Rabu, 11 September 2019. Target audiens dari acara ini adalah media dan tamu undangan, Bapak Gibran Rakabuming dan Sebastian Trzcinski-Clement selaku Senior Program Manager Google. Penulis diberikan kepercayaan untuk menjadi panitia registrasi media dan panitia dokumentasi dari acara *launching* ini.

Pada tahap *research*, penulis sebagai pekerja magang tidak dilibatkan secara langsung. Pada tahap *design*, penulis diberikan mandat untuk mengkoordinasi pembagian jobdesc dengan pekerja magang lainnya. Penyusunan rundown acara dan penetapan narasumber, media yang diundang, vendor konsumsi, sekuritas, dan lainnya, dilakukan di tahap *planning*. Dilanjutkan dengan tahap koordinasi yang dilakukan kepada seluruh anggota tim. Sayangnya, tahap evaluasi dilakukan tanpa melibatkan tim pekerja magang.

Berikut dokumentasi foto yang diambil penulis pada *event signing ceremony* BSD Innovation Labs:

**Gambar 3. 9 Dokumentasi Foto Signing Ceremony BSD Innovation Labs**



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Acara *nobar* film animasi Battle of Surabaya dilatarbelakangi dengan keinginan Sinar Mas Land untuk memperkenalkan dan meningkatkan minat masyarakat muda pada bidang animasi dan perfilman. Film Battle of Surabaya dipilih karena dianggap sebagai film animasi Indonesia yang cukup berhasil dan memenangkan banyak penghargaan dari berbagai festival film internasional. Sutradara dari film ini, Bapak

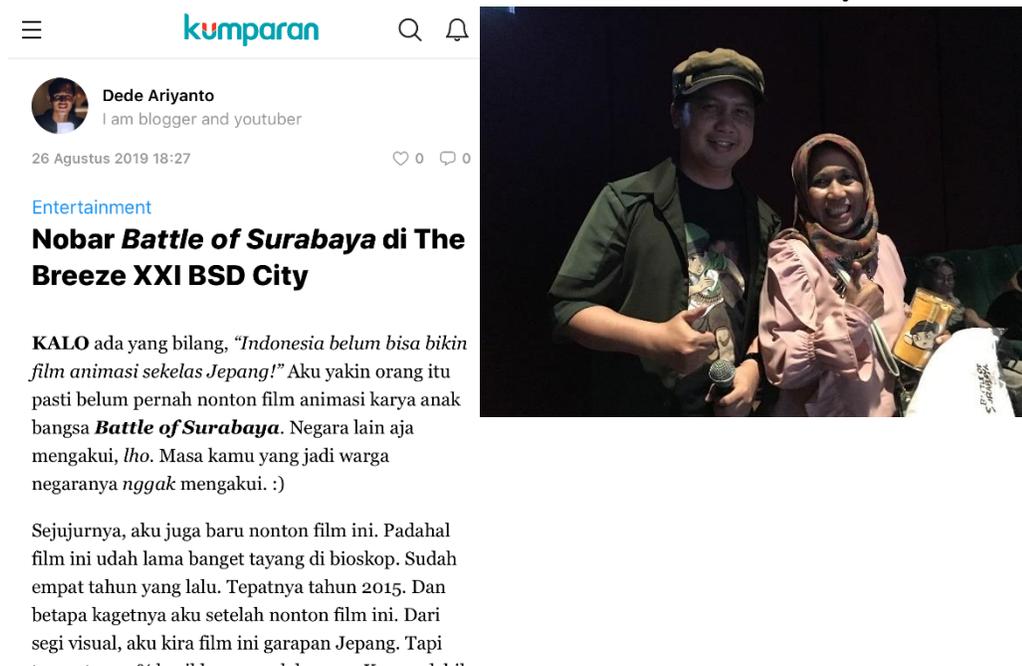
Arianto Yuniawan turut diundang untuk menjadi narasumber. Diadakan sebanyak empat kali di tahun ini yaitu pada 24 Agustus, 14 September, 19 Oktober, dan 23 November.

Pada tahap *research*, penulis sebagai pekerja magang melakukan pendataan sekolah-sekolah yang ada di kawasan BSD City dan sekitarnya, hasilnya ditentukan lah sekolah-sekolah berikut yaitu SMP Anderson, SMP dan SMA Ipeka Plus BSD, SMP Paho, SMP Al-Azhar BSD, SMPN 11, dan SMA Cikal Harapan.

Pada tahap *design*, diberikan *job desc* tambahan sebagai koordinator antar-jemput peserta yang akan dijemput dengan bus. Penyusunan rundown acara, media dan *blogger* yang diundang, vendor konsumsi, sekuritas, dan lainnya, dilakukan di tahap *planning*. Dilanjutkan dengan tahap koordinasi yang dilakukan kepada seluruh anggota tim. Dari evaluasi yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa siswa-siswi SMP lebih cocok dijadikan target audiens dari acara ini.

Berikut dokumentasi dan publikasi media berkaitan dengan event NoBar “Battle of Surabaya”:

Gambar 3. 10 Publikasi acara NoBar "Battle of Surabaya"



Sumber: kumparan.com dan dokumentasi pribadi

### **3.4 Kendala Proses Kerja Magang**

Dalam melaksanakan praktik kerja magang, secara umum penulis menemui beberapa kesulitan sebagai berikut:

1. Sebagai pekerja magang, penulis tidak mendapat fasilitas kantor seperti komputer perusahaan sehingga mengalami kesulitan ketika harus mengakses data internal Sinar Mas Land yang hanya bisa diakses melalui komputer kantor. Karena harus berkoordinasi dengan berbagai pihak, penulis juga menemui kendala karena tidak mendapatkan *extension* telepon sehingga mengalami kesulitan ketika harus menghubungi pihak tertentu, untuk membahas pekerjaan yang sedang dilakukan.
2. Penulis seringkali kesulitan memahami jargon dan istilah perusahaan yang digunakan dalam percakapan sehari-hari, contohnya seperti PTG, *Miscell*, dan SMLink.

### **3.5 Solusi Atas Kendala**

Solusi atas kendala yang dihadapi saat pelaksanaan praktik kerja magang di Sinar Mas Land adalah sebagai berikut:

1. Penulis berinisiatif meminta izin menggunakan komputer *supervisor* apabila harus mengakses data internal perusahaan. Untuk telepon, penulis juga meminta izin untuk bisa menggunakan telepon *supervisor* untuk bisa menelfon pihak-pihak tertentu. Namun apabila dalam urgensi, penulis menggunakan *handphone* pribadi untuk menghubungi pihak yang bersangkutan.
2. Penulis berinisiatif bertanya arti jargon dan istilah yang digunakan kepada supervisor atau kepada sesama pekerja magang yang sudah lebih dulu bekerja di Sinar Mas Land.