

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam melakukan praktik kerja magang, penulis memiliki pembimbing lapangan yaitu Bayu Prakoso sebagai *Internal Communication Content management*. Dalam praktik kerja magang ini penulis mendapatkan tugas-tugas dari beliau.

Pada saat melakukan praktik kerja magang, penulis sebagai *Internal Communication Content Caption*, dimana *IC Content Caption* termasuk dalam divisi *Brand & Communication* yang dipimpin oleh Wirdati Handayani

Segala sesuatu yang berurusan dengan *Internal* karyawan seperti pembuatan konten, informasi tentang aplikasi Adiraku, dan kesepakatan yang sedang berlangsung harus melalui *approval* dari Ibu Wirdati Handayani. Adapun proses yang dilakukan adalah dari Ibu Wirdati Handayani sebagai *Brand & Communication Head*, lalu Ibu Dyahrini Nurhapsari sebagai *Brand Corporate Communication Head*, kemudian kepada Bayu Prakoso sebagai *Internal Communication Content Management*, dan terakhir kepada penulis sebagai eksekutor yang membuat ide dan konsep yang kemudian diunggah melalui *social media* Instagram.

Selain melakukan Koordinasi dengan pembimbing lapangan, penulis juga sering sekali berkoordinasi dengan *internal communication Editor*, untuk membahas *konten* yang telah dibuat agar dapat tertuang dalam *visual* dengan baik. Hal ini dilakukan untuk mengundang pihak *internal* karyawan Adira Finance untuk melihat dan kemudian membacanya sehingga meningkatkan *engagement* sesama karyawan Adira Finance.

Konten yang dibuat kemudian dituangkan dalam *visual* yang menarik dan diunggah melalui akun Instagram Gardira.id. Nama Gardira.id sendiri memiliki arti “karyawan adira” memiliki makna Adira *Happines* dan *Get Connected*, dibuat dengan tujuan agar para karyawan tetap merasa senang dan juga tetap terhubung satu salam lain melalui akun Instagram yang di buat. Akun Gardira.Id dibuat dengan tujuan meningkatkan *engagement* sesama karyawan Adira Finance melalui

interaksi *social media*, dan menjangkau karyawan yang tidak memiliki *email* perusahaan. Sehingga dengan adanya akun Instagram ini karyawan Adira Finance tetap mendapatkan informasi yang mengedukasi. Akun saluran komunikasi ini merupakan program yang baru saja dibuat pada 20 Januari 2020 dengan banyaknya pengikut (*followers*) sebanyak 2.415 ( Dua Ribu Empat Ratus Lima Belas) dan masih akan terus bertambah setiap harinya. Melalui banyaknya konten yang dibuat secara informatif, mengedukasi dan menyenangkan.

Konten yang paling digemari oleh para karyawan Adira Finance adalah konten *games* karena mudah dan menyenangkan bagi mereka, salah satunya konten aktivasi Adiraku. Adiraku merupakan satu aplikasi yang *dilaunching* oleh Adira Finance untuk memudahkan segala kebutuhan konsumen untuk bertransaksi dengan Adira Finance, konten yang dibuat merupakan konten untuk mensosialisasikan Adiraku kepada keluarga, teman, sahabat dan pelanggan untuk segera mengunduh Adiraku di *play store* atau *google store*. Konten aktivasi Adiraku dibuat menarik dengan menggunakan *platform* TikTok sebagai pendukung dalam pembuatan video disertai musik dan animasi menarik. Konten *game* dibuat dengan ringan agar mudah dimengerti semua karyawan. Konten *game* dibuat dengan adanya hadiah (*giveaway*) 3 *smartwatch* untuk menarik banyaknya peserta dengan begitu akan menaikkan *engagement* sesama karyawan.

Adapun proses penyerahan konten *social media* akan disiarkan atau dipublikasikan secara luas. Penulis diharuskan menyerahkan konten yang akan dipublikasi melalui media Komunikasi internal dengan mengisi Formulir Permohonan kebutuhan komunikasi. Kemudian pembimbing lapangan magang akan merevisi konten. Beliau menyampaikan kritik dan saran, lalu diberikan kepada *internal communication caption* dan kepada *internal communication editor* untuk visual yang baik. Kemudian Setelah konten materi diterima, maka pihak dari *corporate communication* akan melakukan penyaringan materi sesuai dengan kebutuhan komunikasi perusahaan. Untuk konten yang diberikan kepada *corporate communication* pada jam 9.00 – 17.00 WIB akan diproses pada hari yang sama. Sedangkan untuk konten yang diterima lebih dari pukul 17.00 WIB akan diproses pada keesokan harinya. Kemudian adanya *review* konten yang terdiri dari *Layout*, Foto pendukung, tata Bahasa, kalimat yang digunakan dalam *konten* dengan

memperhatikan aspek kelayakan, keindahan, menggunakan berbahasa yang baik dan benar dan tidak ofensif.

### 3.2 Tugas yang Diberikan

Tugas yang dilakukan penulis dalam melakukan praktik kerja magang yang diberikan oleh atasan penulis yaitu *internal communication content management* atau terkadang terdapat tugas dari rekan-rekan kerja divisi *corporate internal communication*. Tugas-tugas yang dilakukan berupa:

1. Membuat Instagram *plan*.
2. Membuat konten dan *caption* media sosial.
3. Memasukan visual dan *caption*.
4. Membuat *report* media sosial.
5. Membuat artikel *linkedin*.
6. Pekerjaan insidental melakukan Whatsapp *blast*.

Berikut daftar tugas yang telah dikerjakan penulis dalam tabel selama 16 minggu melakukan praktik kerja magang:

Tabel III.1 *Timeline* praktik kerja magang di PT Adira Dinamika Multi Finance

No	Aktivitas	Waktu Pelaksanaan													
		Februari				Maret				April				Mei	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Membuat Instagram Plan	■				■				■				■	
2	Membuat Refrensi Konten	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3	Mebuat Konten TikTok Give Away		■	■											
4	Membuat Konten Jurnal Sahabat Lokal				■										
5	MembuatKonten Donasi						■								
6	Membuat Konten Games						■	■							
7	Membuat Konten Greatings								■						
8	Membuat Konten Tips								■	■					
9	Membuat Konten Biografi										■				
10	Membuat Konten Edukasi												■		
11	Breafing dan Meeting				■				■				■		■
12	Membuat Artikel		■	■			■	■			■	■			
13	Membuat Whatsaap Blas	■			■	■				■	■			■	■

Sumber : olahan penulis

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Komunikasi Internal dapat disebut sebagai komunikasi antar karyawan yang saling terhubung dengan terjadinya pertukaran informasi, membangun pengertian, dan menciptakan kesenangan sehingga menghasilkan hal yang diinginkan. Ditegaskan oleh Fitzpatrick dan Vlaskov (2014, h.7). Media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun fondasi ideologis dan teknologi web 2.0 dan memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten yang dihasilkan. Ditegaskan Kaplan dan Haenlein (2010, h.53)

Saat mengelola *media sosial* hal yang penting diperhatikan adalah menentukan ukuran performa akun media sosial yang dikelola. Konten yang disajikan harus efektif dan relevan dengan pengikut (*followers*) dan juga tingkat interaksi terhadap konten *social media* yang disebut *engagement*. Dimana *social media* mengambil peran penting untuk berbagi ide, pemikiran dan saling terhubung secara online untuk memberikan kesempatan agar terciptanya pertukaran pesan secara meluas dan efektif ditegaskan oleh Cangara (2017, h.20) penggunaan *platform* digital sebagai medium komunikasi, hal yang paling harus diperhatikan dalam, meraih keterlibatan aktif (*Engagement*) pada media sosial atau konten merupakan unsur komunikasi yang sangat penting.

#### 1. Membuat Instagram plan

Untuk membuat Instagram *plan*, diperlukan adanya brainstorming bersama mentor, untuk mendapatkan arahan dalam proses membuat konten Instagram selama satu bulan. Kemudian untuk mendapatkan inspirasi konten perlu adanya *benchmarking* perusahaan yang menggunakan *social media* sebagai salah satu *channel* komunikasi internal karyawannya.

Dalam hal pembuatan konten, penulis juga harus memperhatikan penempatan untuk konten setiap harinya seperti konten yang bersifat informatif. Biasanya ditempatkan saat hari kerja (*weekdays*) menjadi waktu yang tepat. karena para karyawan lebih menyukai konten yang ringan pada hari kerja. sedangkan konten hiburan seperti *games* ditempatkan pada *weekend* karena karyawan memiliki lebih banyak waktu, sehingga mampu berinteraksi melalui media sosial melalui konten *games* yang dibuat.

Dalam membuat Instagram *plan*, penulis juga harus mengetahui hari-hari besar dalam bulan tersebut, supaya dapat dibuat menjadi *greeting content*. Adanya tujuan dari pembuatan Instagram *plan* yaitu untuk menyusun dan merencanakan konten selama satu bulan, agar nantinya pada saat pembuatan konten lebih terstruktur dan sistematis.

Setelah penulis membuat Instagram *plan*, dilakukan tinjauan kembali oleh pembimbing lapangan mengenai materi yang akan menjadi konten, penggunaan bahasa baku, ejaan EYD dan penggunaan huruf kapital yang menjadi sorotan. Pembimbing akan menentukan apakah konten tersebut dapat dimasukkan kedalam bulan tersebut atau adakah revisi dari pembimbing lapangan, kemudian Instagram *plan* diajukan kepada *internal communication head*. Setelah mendapatkan *approval* dari beliau, kemudian penulis mulai untuk membuat konten dalam satu bulan. Berikut adalah hasil kerja penulis membuat 2 Instagram *plan* selama melakukan praktik kerja magang.

Gambar III.1 Contoh Instagram *Plan February*

February						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	

  

Feed Plan		
Tue, 4 Feb	Fri, 7 Feb	Sun, 9 Feb
APFI & BSSA test	CS tematik	
Tue, 11 Feb	Fri, 14 Feb	Sun, 16 Feb
valentine		motivational quotes
Tue, 18 Feb	Fri, 21 Feb	Sun, 23 Feb
morning person	Adiraku	17 Februari
Tue, 25 Feb	Fri, 28 Feb	Sun, 1 Mar
GN Adiraku	saving money	

Sumber: [Docs.google.com/spreadsheets/Chyntiayosal](https://docs.google.com/spreadsheets/Chyntiayosal)

Berikut merupakan gambaran Instagram *plan*, dimana tertuang dalam *google docs*. Instagram *plan* untuk konten *Social media* Instagram selama satu bulan kedepan dibulan Februari. Konten dimuat dalam *Google Docs* dan dapat diubah sewaktu waktu jikalau ditemukan revisi dari atasan. Konten dibuat tidak setiap harinya dikarenakan sumber daya manusia dalam divisi *Internal Communication Content* yang minim. Konten yang dibuat pada hari tertentu sudah ditentukan karena

melihat aktivitas *social media engagement* terdapat pada hari Selasa Jumat dan Minggu.

## 2. Membuat *Content dan Caption Social Media*

Dalam proses membuat konten *dan caption* penulis berpacu pada Instagram *plan* yang telah dibuat dan telah disetujui oleh *Internal Communication Head*. Adapun proses eksekusi yang dilakukan penulis, dengan membuat *caption* terlebih dahulu di dalam *power point* kemudian dilakukan pemeriksaan kembali oleh *Internal Communication Content management*, lalu jika ditemukan revisi, penulis akan mengadakan *brainstorming* bersama dengan editor. Proses *brainstorming* ini juga pembimbing lapangan merevisi *caption* yang telah dibuat oleh penulis, tanda baca dan penggunaan bahasa yang digunakan, serta berdiskusi dengan *editor* untuk membicarakan visual yang nantinya akan dibuat. Penulis sudah memberikan referensi *visual* agar *editor* mudah dipahami, agar dalam proses eksekusinya dapat dibuat dengan baik.

Berikut adalah contoh hasil konten-konten yang telah dibuat oleh penulis selama periode praktik kerja magang:

Gambar III.2 Konten TikTok *Giveaway*



Sumber: <https://www.Instagram.com/gardira!/>

Berikut merupakan konten program Aktivasi Adiraku. Adiraku sendiri merupakan aplikasi *Digital* yang diluncurkan Adira Finance dalam rangka memudahkan segala aktivitas untuk semua kebutuhan sahabat Adira. Panggilan

sahabat sendiri diartikan 'customer'. Panggilan sahabat sendiri digunakan agar customer merasa adira dekat seperti 'Sahabat'. Konten aktivasi ini merupakan konten yang fun dengan menggunakan unsur Tiktok. Dengan cara mengunggah video sambil menari dengan menunjukkan atribut aplikasi Adiraku. Dengan unsur giveaway (hadiah) dengan menggunakan platform Tiktok sebagai aplikasi penunjang pembuatan video dengan special effect yang unik dan menarik bagi penggunanya.

Gambar III.3 Konten Jurnal Sahabat Lokal



Sumber: <https://www.instagram.com/gardiraid/>

Berikut merupakan konten yang dibuat oleh salah satu karyawan Adira Finance. Artikel dibuat oleh Bob Panggabean karyawan Adira asal Pontianak. Artikel ini berisi tentang perayaan Cap Go Meh di kota Pontianak, merupakan salah satu kearifan lokal yang perlu dijaga dan dilestarikan. Artikel ini dibuat kemudian di rework oleh penulis dengan penggunaan bahasa yang sederhana sehingga mudah dimengerti. Informasi mengenai perayaan Cap Go Meh dapat dipahami dengan baik oleh banyak karyawan Adira finance di seluruh Indonesia.



Berikut merupakan konten program aktivasi Adiraku merupakan konten *game* yang *fun* dan ringan sehingga, banyak disukai dan digemari oleh para karyawan adira. Konten *game* selalu mengundang *engagement* terbanyak diantara konten yang lain. Konten ini dibuat untuk para karyawan agar tidak merasa jenuh akan pekerjaan yang sedang mereka lakukan. Maka penulis mencari referensi game yang sedang banyak digemari, di temukanlah konten 'tangkap ayam' namun kali ini konten yang dibuat merupakan salah satu *fitur* dari aplikasi Adiraku yaitu pembayaran angsuran melalui aplikasi dan terdapat simulasi kredit .

Gambar III.6 Konten *Greetings*



Sumber: <https://www.Instagram.com/gardiraid/>

Berikut adalah konten *Greetings* sahabat Adira Finance yang beragama Hindu. Konten Hari Raya adalah suatu bentuk Toleransi beragama kepada seluruh karyawan Adira Finance terhadap sahabat yang menunaikan ibadah Nyepi. Konten yang dibuat dalam bentuk Video dimasukan dalam *IGTV Instagram Television*, berupa sambutan dari pak I Dewa Made Susila selaku *Direktur Keuangan* Adira Finance yang beragama hindu dan menunaikan ibadah *Nyepi*. Konten ini dibuat dan direkam oleh divisi *internal communication editor* kemudian penulis membuatkan *caption* yang menarik.

Gambar III.7 Konten *Tips*



Sumber: <https://www.Instagram.com/gardiraid/>

Berikut merupakan konten *tips* untuk menjadikan pola hidup yang sehat. Latar belakang dibutakan konten *tips* ini, dikarenakan ditengah wabah *covid 19*, karyawan harus menjaga pola hidup yang sehat. Baik karyawan yang bekerja dilapangan maupun karyawan yang bekerja *work from home (WFH)*. Menjaga kesehatan tubuh agar memiliki imun tubuh yang baik dengan menerapkan pola hidup sehat mulai dari melakukan olahraga yang ringan, mengkonsumsi makanannya yang bergizi, memiliki jam istirahat yang cukup , mengurangi minuman bersoda dan konsumsi jus dan tidak lupa mengkonsumsi air putih yang banyak. Konten ini merupakan rangkaian dari sekian banyak untuk menjadikan pola hidup yang sehat

Gambar III.8 Konten Edukasi



Sumber: <https://www.Instagram.com/gardiraid/>

Berikut adalah konten edukasi , merupakan salah satu konten yang dibuat bulan April, dengan tujuan memberikan informasi yang mendidik untuk semua karyawan Adira finance. Tujuan dari adanya konten ini adalah untuk memberikan pengetahuan agar para karyawan dapat mengetahui pentingnya beralih dari masker biasa kemudian menjadi masker kain. Dalam konten tersebut dibuatkan 5 slide berisi informasi apa itu masker kain dan fungsinya.

Gambar III.9 Konten Biografi



Sumber: <https://www.Instagram.com/gadiraid/>

Berikut adalah konten yang diambil dari salah satu anak magang bernama Kevin yang memiliki keterbatasan fisik seorang penyandang disabilitas tuna rungu. Disini kami memperlihatkan bahwa kekurangan bukan suatu hambatan seseorang untuk menjadi sukses. Kevin merupakan pemegang yang berada dalam divisi *Digital desain dan Editor* yang menangani *design* asuransi adira finance, khusus mobil yang bernama “momobil”. Dalam proses ini penulis dibantu *editor* dalam proses perekaman dan pengambilan video. Kemudian penulis melakukan beberapa revisi dalam penulisan konten, karena harus menemukan kata dan Bahasa yang pantas untuk konten *Biography* ini.

## 2. Pekerjaan Insidental

Selain memiliki tugas dan tanggung jawab utama untuk mengelola media sosial. terkadang penulis juga mendapatkan pekerjaan insidental dari rekan- rekan

*corporate communication* dan juga diberikan oleh pembimbing lapangan, pekerjaan insidental tersebut berupa:

Gambar III.10 Membuat Artikel Launching Aplikasi Adiraku



Sumber: <https://www.linkedin.com/company/adira/>

Berikut adalah artikel mengenai, *Launching* aplikasi Adiraku pada tanggal 20 Februari 2020, bertempat di Hotel Sultan Jakarta Selatan. Yang diramaikan oleh sejumlah *karyawan Head office, media, influencer* dan juga Direksi dan pemegang saham Adira Finance. Adiraku adalah aplikasi yang dibuat khusus untuk memudahkan setiap transaksi customer “sahabat” dan dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun.

Melakukan Whatsapp *blast* kepada seluruh Cabang Adira Finance. Dilakukan dengan menggunakan *handphone* yang disediakan Adira Finance *Head Office*. Whatsapp *blast* dilakukan 3x seminggu, informasi yang diberikan berupa sosialisasi *project*, pesan Direktur Utama dan Informasi darurat bencana. Whatsapp *blast* akan diterima oleh kepala cabang di setiap daerah tertentu dan akan diteruskan kepada semua karyawan di daerah tersebut.

Gambar III.11 Melakukan Whatsapp *blast*



Sumber : Olahan penulis, 2020

### 3.4 Kendala dan Solusi Kerja Magang

#### 3.4.1 Kendala Kerja Magang

Selama penulis melakukan praktik kerja magang, penulis mengalami beberapa kendala saat melakukan kerja magang di PT Adira Dinamika Multi Finance Berikut kendala - kendala yang dihadapi:

1. Pemagang tidak memiliki *partner* untuk melakukan kerjasama, diskusi dan belajar. Pemagang hanya dapat belajar dari *Internal Communication Content* yang tidak mengajarkan banyak hal tentang cara membuat *Content Caption*.
2. Pemagang dituntut untuk lebih aktif bertanya dan untuk mengetahui banyak hal, tanpa ada pembekalan dari universitas ataupun perusahaan mengenai bidang *Content Caption*.
3. Pemagang juga dituntut untuk bekerja melakukan banyak tugas diantaranya membuat *caption* dan mendesain dalam hari yang sama.

### **3.4.2 Solusi Kerja Magang**

Terdapat beberapa solusi atas setiap kendala yang ditemukan , antara lain:

1. Perusahaan lebih mengedukasi pemegang yang sedang bertugas.
2. Menambah lebih banyak Sumber Daya Manusia, terlebih pemegang.
3. Perusahaan dapat lebih mengkomunikasikan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh pemegang.
4. Penulis harus terus mengasah kemampuan melalui penggunaan bahasa, dan juga lebih berinisiatif dalam bertanya.