



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

Penulis melakukan praktik kerja magang di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang merupakan satu-satunya Badan Usaha Milik Negara (BUMN) telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Penulis mendapatkan kesempatan untuk magang di divisi Internal relations dan dibawah bimbingan Bapak Iwan selaku Senior Manager Employee Relation PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Bimbingan yang didapatkan tidak hanya berlangsung saat bertatap muka saja melainkan penulis juga berkoordinasi dengan tim divisi lain dimana penulis ditempatkan maupun bimbingan khusus.

Selama periode magang yang dilakukan, tugas utama yang diberikan berkaitan dengan aktivitas *Internal Communication* seperti diberi kesempatan untuk menjadi bagian dalam pengerjaan suatu *event* yang berlangsung di divisi penulis ditempatkan serta banyak menangani internal dan eksternal relations dari perusahaan. Disamping itu, penulis juga belajar dalam mengobservasi dan mempraktikkan secara langsung peran dan fungsi *public relations* dalam divisi ini terkait cara berkomunikasi dengan karyawan perusahaan sebagai program komunikasi yang dapat digunakan untuk menangani perusahaan sebagai program komunikasi yang dapat digunakan untuk menangani permasalahan dan keluhan karyawan serta membangun interaksi dan komunikasi efektif dengan para karyawan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan kerja praktek magang, penulis banyak menangani *internal relations* perusahaan. Salah satu kegiatan *internal relations* yang penulis kerjakan adalah penanganan *Employee Relations* di Telkom Indonesia yang nantinya berdampak terhadap *Employee Branding*.

Tabel Realisasi Kerja Magang													
No	Jenis Pekerjaan	Bulan											
		September				Oktober				November			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1.	Membuat strategi komunikasi <i>Employer Branding</i> memanfaatkan <i>Social Media</i> .												
2.	Mempresentasikan strategi komunikasi <i>Employer Branding</i> memanfaatkan <i>Social Media</i> .												
3.	Mencari dan me-resume <i>journal</i> mengenai efektivitas organisasi.												
4.	Membuat konsep strategi komunikasi web rekrut.												
5.	Merekap pemenang <i>giveaway</i> sebagai salah satu taktik <i>employer branding</i> , dengan lomba membuat <i>caption</i> menarik yang diadakan di Instagram @livingintelkom (hadiahnya: Office tour, Tumblr, Kaos dan Speaker JBL). Membuat <i>caption</i> dari hasil wawancara bagi yang menerima <i>award</i> Telkom yang akan di <i>publish</i> di Instagram @livingintelkom yang juga merupakan salah satu taktik dari <i>Employer Branding</i> .												
6.	Membuat berita acara yang nantinya akan di post di portal Telkom dan Diarium Telkom. Memberikan informasi yang												

loyalitas karyawan terhadap perusahaan, meningkatnya performansi karyawan, dan lain-lainnya. Sehingga hal inilah yang nantinya dapat terbentuk sebagai *employer branding* dalam jangka panjang. Karena hal ini adalah sesuatu yang dibentuk dari awal, bukan sesuatu hal yang terjadi secara instan.

3.3.2 Internal Communication

Komunikasi merupakan hal yang mengikat kesatuan organisasi di dalam suatu perusahaan, dan keberhasilan komunikasi dalam suatu perusahaan merupakan aset penting dalam pencapaian atau tujuan dari perusahaan tersebut. Dengan begitu komunikasi internal dalam suatu perusahaan menurut Romli dalam bukunya *Komunikasi Organisasi Lengkap* adalah proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pemimpin dan bawahan, antara sesama bawahan, dsb. Dimana komunikasi internal ini bisa berwujud komunikasi antarpribadi ataupun komunikasi kelompok. Penyampaian pesan atau informasi kepada karyawan dibutuhkan peran internal PR dalam pengaplikasian fungsi dan tugas internal PR dalam membantu staf untuk mengerti tentang visi, misi serta *values* dari organisasi perusahaan. Aktivitas ini melibatkan semua hal isu yang mempengaruhi suasana kerja dan memastikan staf mendapat informasi tentang keputusan penting manajemen. Selain itu, seorang *Public Relations* di dalam *Public Relations* internal juga memiliki peran sebagai seseorang yang dapat menyediakan hal-hal yang ingin diketahui oleh anggota/karyawan dan yang benar-benar didengarnya. Para karyawan ingin mendengar hal-hal yang berkaitan dengan masalah mereka.

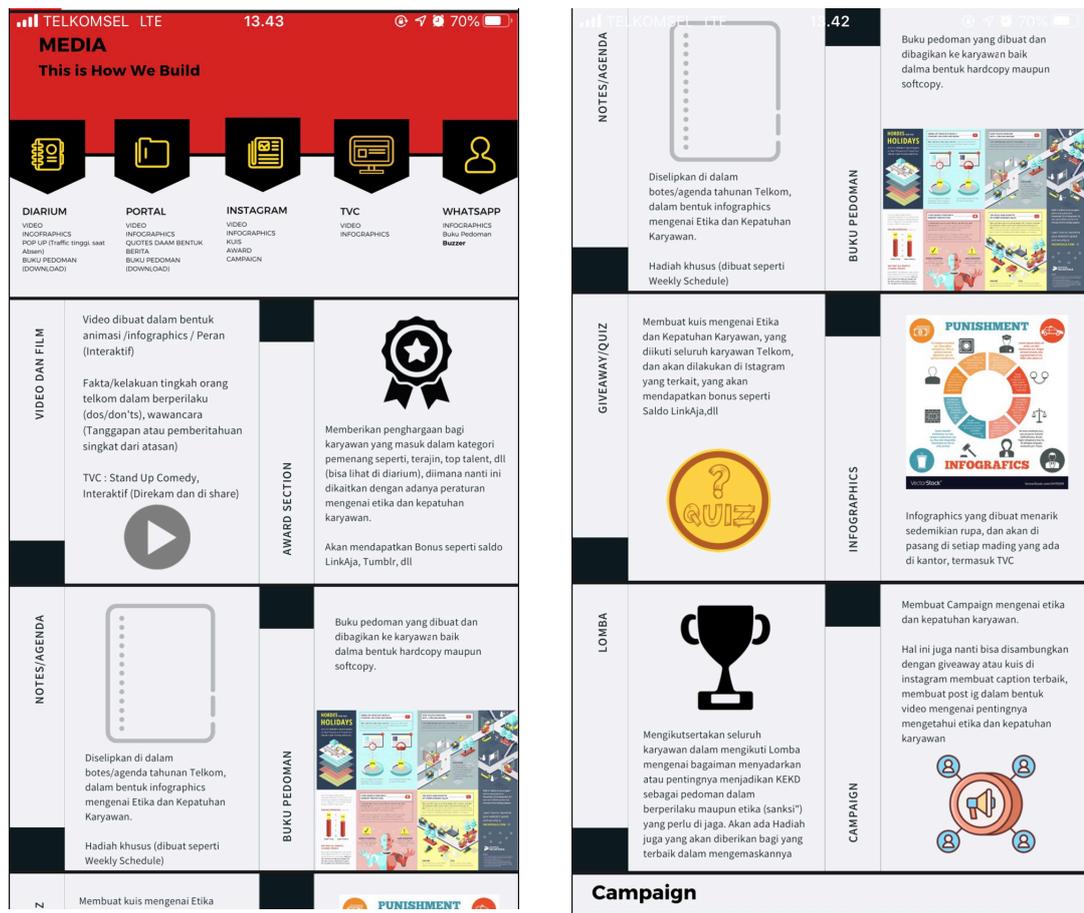
Meskipun begitu, suatu perusahaan harus melakukan komunikasi dengan berbagai pihak/divisi dalam mencapai tujuannya, dan perlu diketahui bahwa pendekatan yang dipakai antara satu divisi dengan divisi yang lain dapat bervariasi atau berbeda-beda. Sehingga disini penulis melihat alur komunikasi yang digunakan di Telkom adalah komunikasi Formal, dalam kaitannya dengan proses penyampaian informasi dari

manajer ke bawahan ataupun dari manajer ke karyawan, dimana pola transformasi informasinya dapat berbentuk komunikasi dari atas ke bawah (*Downward Communications*), dimana atasan memberikan pesan yang disampaikan kepada bawahan mengenai apa yang diharapkan dilakukan karyawan dan bagaimana mereka melakukannya, memperkenalkan bawahan dengan praktik organisasi, peraturan organisasi, menkoordinasikan, memotivasi, memimpin, dan lain-lainya. Komunikasi dari Bawah ke atas (*Upward Communications*), dimana pesan yang disampaikan berasal dari bawahan/karyawan. Dimana, hal ini biasanya akan terjadi saat dilaksanakannya ***Weekly Meeting***, rapat rutin tiap divisi setiap seminggu sekali, dimana disini mereka akan *update* kinerja masing-masing, serta dapat menyampaikan pendapat ataupun keluhan masing-masing karyawan dari tiap divisi, yang nantinya akan bersama-sama melakukan *brainstorming* bersama dalam memecahkan permasalahan yang ada. Komunikasi Horizontal (*Horizontal Communications*), dimana komunikasi yang terjadi antara bagian-bagian yang memiliki posisi sederajat/sejajar dalam suatu organisasi. Telkom selalu mengadakan Rapat Pimpinan atau biasa disebut Rapim, dimana seluruh atasan atau petinggi tiap divisi akan dikumpulkan bersama-sama untuk melakukan persuasi, mempengaruhi dan memberikan informasi kepada bagian atau departemen yang memiliki kedudukan yang sejajar. Komunikasi Diagonal (*Diagonal Communications*) yang memang agak lain dari beberapa bentuk komunikasi sebelumnya, yang melibatkan komunikasi antara dua tingkat (level) yang berbeda, disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada (Purwanto, 2011, p. 49-56).

3.3.3 Internal Relations

Internal public relations adalah kegiatan PR untuk membina hubungan dengan *public internal*, seperti karyawan, para manajer, para manajemen, dan para pemegang saham (*stockholders*) agar citra dan reputasi perusahaan atau organisasi tetap positif di mata public internal. Dimana kegiatan hubungan internal ini diupayakan dapat tetap memelihara

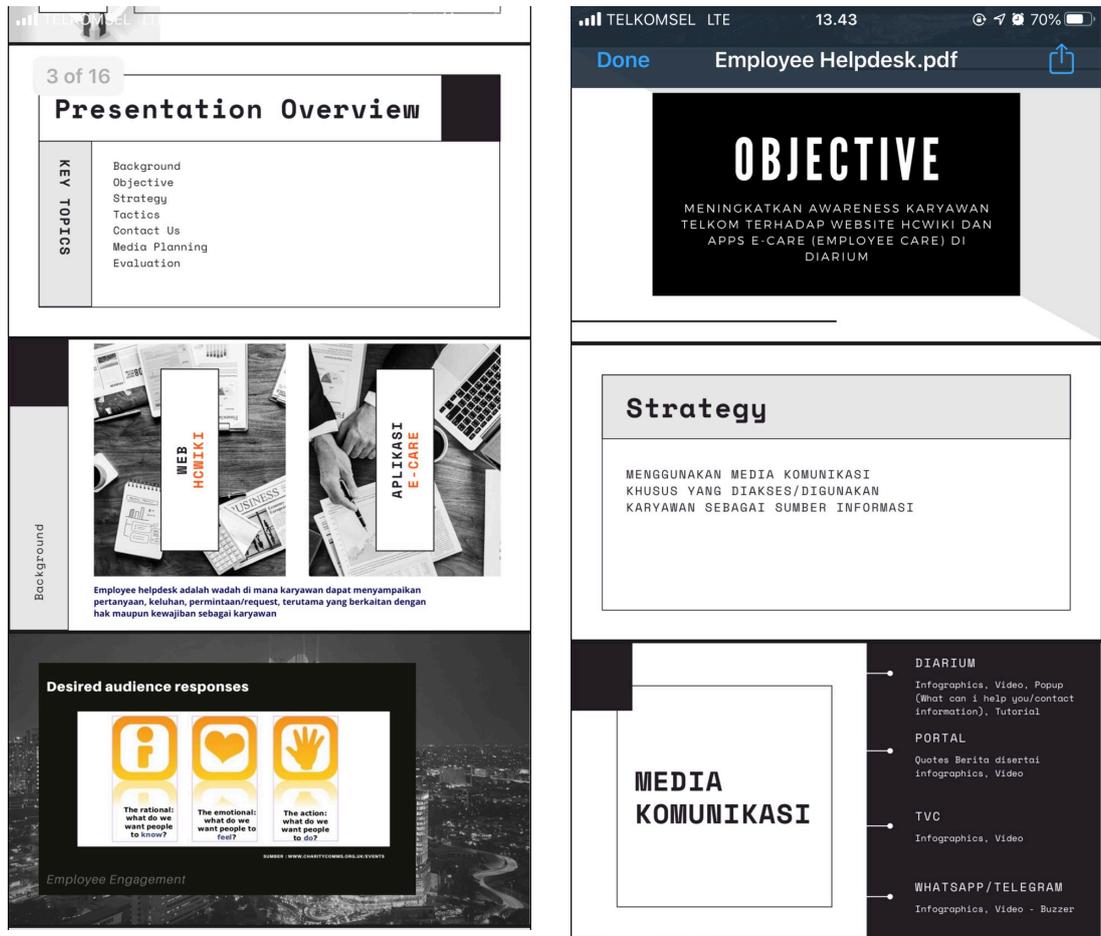
Penulis juga membuat perencanaan serta pelaksanaan dalam membuat strategi komunikasi perihal peraturan Direksi mengenai Etika & Kepatuhan Karyawan (EKK) yang akan disampaikan kepada karyawan Telkom, baik dari Tireg I-VII. Dalam kaitannya dengan proses penyampaian informasi dari manajer kepada bawahan, aliran komunikasi dari manajer ke bawahan tersebut, umumnya terkait dengan tanggung jawab dan kewenangannya dalam suatu organisasi/perusahaan. Komunikasi dari atas ke bawah dipakai untuk menyampaikan informasi, mengarahkan, mengkoordinasikan, memotivasi, memimpin, mengendalikan berbagai kegiatan di level bawah.



Gambar 2. Strategi Komunikasi sosialisasi EKK

Selain itu, penulis juga membuat perencanaan strategi komunikasi dalam mensosialisasikan peluncuran aplikasi *E-Care* dan website *HC-Wiki* sebagai sarana komunikasi dari bawahan/karyawan baik kepada atasan,

maupun pertanyaan seputar pertanyaan yang ingin ditanyakan, dapat bertanya langsung ke media yang sudah disediakan.



Gambar 4. Mockup Website

Dan membuat *Mockup* dari website HC-Wiki tersebut, dimana penulis mendesign *template* di Adobe Illustartor dan untuk *Mockupnya* penulis menggunakan Marvelapp.

Adapun kegiatan *internal public relations* dalam lingkup hubungan dengan karyawan (*employee relations*) dalam suatu organisasi atau perusahaan dapat dilaksanakan dalam bentuk berbagi macam aktivitas dan program, salah satunya adalah dengan **Program penghargaan** yang dimaksudkan disini adalah upaya pihak perusahaan (pimpinan) memberikan suatu penghargaan kepada para karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama masa pengabdian pekerjaan yang diharapkan kelak akan menimbulkan loyalitas dan rasa

memiliki (*sense of belonging*) yang tinggi terhadap perusahaan. Dan di Telkom setiap tahunnya akan mengadakan Reward dengan kategori yang sudah dibuat. Dimana, nantinya sebagai apresiasi Telkom terhadap karyawan akan diberikan hadiah sejumlah Uang dan juga hadiah lainnya, yang nantinya foto mereka akan di *publish* di Media Social @livingintekom yang nantinya ini dapat berdampak terhadap Employer Branding.



teruslah berkarya, rayakan dan syukuri setiap keberhasilan kecil, jalani aktifitas dengan ikhlas dan sabar agar setiap pencapaiannya mendapatkan keberkahan dari Yang Maha Kuasa.

CAPTION

Mendapatkan beasiswa sekaligus ikatan dinas bagi para lulusan SMA untuk dididik di STT Telkom tidak saya sia-siakan untuk bisa bergabung, belajar dan bekerja di Telkom, perusahaan telekomunikasi terbaik yang menjadi idaman para pencari kerja. Bekerja di Telkom, kita bisa mengekspresikan diri di dalam lingkungan kerja dan bekerjasama dengan rekan kerja yang sudah seperti keluarga sendiri. Bekerja bukanlah mencari kebahagiaan tetapi untuk berbagi kebahagiaan yang kita miliki. Bekerja dengan cara yang baik, menubar kebaikan dan jadilah yang terbaik. Teruslah #berkarya, rayakan dan syukuri setiap keberhasilan kecil, jalani aktifitas dengan ikhlas dan sabar agar setiap pencapaiannya mendapatkan keberkahan dari Yang Maha Kuasa. That's what I got from this journey and Thank's God I'm @livingintekom. Yours truly, Shafwan The Most Inspiring Culture Agent 2019 — Witel Makassar

#telkomgreatpeople #greatpeople #telkom #telkomindonesia #livingintekom #yfeintekom #bumn #bumnkece #work #worklife #livingthetelkomway #telkomgroup #indonesia #indihome #tuntukindonesia #hanya ditelkom #TelkomHUB #fest #Tdx #Bumnbestfriend #TelkomLandmarkTower

Gambar 5. Award Telkom 2019

3.3.4 Media Komunikasi Internal

Media komunikasi internal adalah media yang digunakan suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan komunikasi internal, dibuat dan

Pemenang & Penerima Penghargaan Telkomgroup Awards Tahun 2019

I. Shafwan
 Nama : Shafwan, ST, MMT
 TTL : Ujung Pandang, 08 Februari 1974
 Alamat domisili : Jl. Andi Djemma XI no.21, Makassar 90222
 Akun sosmed : instagram : i_shafwan
 Nama orangtua : Muhammad Dachlan S / St.Hansjinh (Alm)
 Jumlah saudara kandung : 8 (delapan)

Questions List

1. Bapak Shafwan, boleh tau alasannya kenapa ingin bergabung dg Telkom?

Pada tahun 1992, Telkom menawarkan beasiswa sekaligus ikatan dinas bagi para lulusan SMA untuk dididik di STT Telkom dan untuk bisa langsung bekerja di PT. Telkom. Saya tidak ingin menyia-nyikan kesempatan saat itu untuk bisa bergabung, belajar dan bekerja di Telkom, perusahaan telekomunikasi terbaik yang menjadi idaman para pencari kerja.

Apakah dulu sempat kerja di tempat lain?
 Tidak sempat

Apakah menemukan "calling"nya di Telkom?
 Ya

2. Apakah latar belakang pendidikannya sejalan dg apa yg dikerjakan saat ini?

Ya

3. Gimana dgn comben yg didapat di Telkom?

Alhamdulillah... Sangat memuaskan. Telkom telah memberikan kesejahteraan yang lebih dari cukup dan membuat saya senantiasa bersyukur kepada Yang Maha Kuasa bisa bekerja di Telkom

3. Selama di Telkom, pernah ditempatkan dimana saja?

- Kandatel Ternate, 1997 – 2003
- Information System TReg7, 2004 – 2014
- Business Planning & Performance TReg7, 2014 – 2015
- Witel Makassar, 2015 – Sekarang

4. Apakah pernah merasa demotivated?

Pernah.

diterbitkan sebagai salah satu alat *Internal communication* dan kegiatan komunikasi dengan publik internal di PT Telekomunikasi Indonesia Tbk dikelola melalui media internal guna menjaga hubungan yang baik dan harmonis antara perusahaan dengan publik internalnya sehingga dalam penyampaian informasi maupun pesan baik dari visi dan misi, dan lainnya dapat tersampaikan dengan baik. Selain itu media komunikasi internal ini juga selain berisi informasi-informasi terbaru yang perlu diketahui oleh seluruh karyawan, ada juga pengumuman-pengumuman penting yang perlu disampaikan serta dalam menyediakan wadah bagi karyawan dalam mengeluarkan pendapat mereka, ada juga fitur yang dapat menghibur karyawan hingga apresiasi terhadap karyawan yang mendapat predikat tertentu dalam kategori yang sudah ditentukan. Dimana hal ini akan membawa dampak positif seperti terciptanya rasa memiliki, tanggung jawab bahkan dapat menumbuhkan partisipasi, dan lain sebagainya. Dapat membuat karyawan lebih produktif.

Melihat PT Telekomunikasi Indonesia adalah perusahaan terbesar yang memiliki 86 anak perusahaan/unit usaha diperlukan suatu media internal, dimana media internal yang digunakan di Telkom adalah **Portal Telkom** yang dapat diakses di portal.telkom.co.id dan hanya bisa diakses oleh seluruh karyawan



Gambar 6. Portal Telkom

perusahaan. Selain itu, melalui Portal, karyawan juga dapat mengetahui isu-isu apa saja yang beredar yang berkaitan dengan perusahaan. Bahan/materi yang diperlukan untuk konten akan disimpan dan diupload ke Portal secara rutin sehingga setiap harinya seluruh internal perusahaan dapat mengetahui hal-hal apa yang terkait dengan perusahaan, isu apa yang sedang hangat, kegiatan apa saja yang sudah dilakukan baik dari dalam perusahaan maupun di luar perusahaan. Disini penulis juga berkesempatan dalam ikut serta

membantu dalam membuat artikel/berita untuk Portal, yang nantinya akan diupload. Berikut beberapa berita yang penulis telah buat saat menghadiri dan mengikuti beberapa acara yang telah dilaksanakan.



Gambar 7. Berita Leaders Talk DWS

Ketiga, Penulis mengikuti pertemuan kerja sama di Bidang riset dan pengembangan kapabilitas digital antara Telkom dan National University of Singapore (NUS).



Gambar 8. Berita MoU NUS

Pertama, Penulis mengikuti acara Leaders Talk di unit DWS di Grha Merah Putih Jakarta. **Kedua,** Penulis menghadiri acara *Hack Days*, yang merupakan salah satu rangkaian Hack Idea #4 yang juga diadakan secara paralel di tiap kantor Telkom Regional, dimana disini akan diberikan *Lightning talk* kepada seluruh peserta.



Gambar 9. Berita Hack Days

Keempat, Penulis juga menghadiri pertemuan kerja sama antara Telkom dengan Singapore Institute of Technology. Artikel/berita yang dibuat memuat seluruh hal penting dengan memaki konsep 5W+1H.

Media Internal berikutnya yang digunakan adalah **Diarium**, aplikasi Diarium ini antara lain adalah sosial media karyawan dan presensi *online*. Dimana aplikasi ini dibuat dengan salah satu alasanya, sebagai



Gambar 10. Berita MoU SIT



Gambar 11. Diarium Telkom

sarana berkomunikasi mengikuti perkembangan teknologi yang ada mengingat Telkom juga yang sedang beralih ke digitalisasi.

3.3.5 Employee Branding

Di Indonesia khususnya perusahaan-perusahaan yang sudah besar telah banyak menerapkan strategi *employee branding*. Dimana *Employee Branding* dapat membentuk persepsi suatu perusahaan sebagai *employer of choice* yang memungkinkan suatu perusahaan dalam memperoleh calon-calon karyawan terbaik. Suikkanen dalam Ahmad & Daud (2015, p. 692) menyatakan bahwa employer branding dapat dianggap sebagai metode untuk mempertahankan karyawan karena hal tersebut mempengaruhi keseluruhan pengalaman kerja, mendorong konsep ‘*a good place to work*’ dan mengurangi *voluntary turnover*. Dan dan dalam hasil studi Sokro dalam Ahmad & Daud (2015, p. 692) menyetujui bahwa organisasi yang menggunakan strategi *employer branding* dalam bisnisnya akan menarik

karyawan potensial untuk tetap tinggal bersama perusahaan. Hal inilah yang membuat employer branding pada dasarnya dapat mempengaruhi pilihan karyawan untuk tetap tinggal di perusahaan atau meninggalkan perusahaan.

Disini penulis ikut serta dalam membantu pembuatan strategi komunikasi *Employer Branding* menggunakan social media.



Gambar 12. Strategi Komunikasi Employer Branding

Lalu, Penulis membantu merekap pemenang *giveaway* sebagai salah satu taktik *employee branding*, dengan lomba membuat *caption* menarik yang diadakan di Instagram @livingintelkom dengan hadiahnya yang adalah *Office tour*, dengan mengajak pemenang melihat dan keliling Gedung Telkom Landmark Tower dengan fasilitasnya yang sangat memadai dengan konsep *Fun* dan bagaimana cara kerja di Telkom dengan

konsep *Flexible Time & Flexible Place*. Lalu ada *Tumblr* Telkom, Kaos Telkom dan terakhir ada *Speaker JBL* yang dapat dilihat di Gambar 13.

OFFICE TOUR			SPEAKER JBL GO			GIVEAWAY TIME			SALDO LINKAJA			TUMBLR		
Tanggal	No	Caption	Account	Tanggal	No	Caption	Account	Tanggal	No	Caption	Account	Tanggal	No	Caption
8/10/19	1	Pengemya Office Tour Tapi kama domemli bukan di jakarta jadi mau Tumblr aja min, kaminon buat ingilangin bisa dicawa sekang isi 🤔 Yak ikutan gas @linamadhuri_ @septiansapanti @regina_yashta @livingintellkom		8/10/19	1	Speaker JBL GO dong min, buat dengerti musik favorit sata og2 terkasi, temen2 atau keluarga biar bisa nyanyi2 bareng dan joper2 dangdutan bareng aja looh🤗 Wk-wk @livingintellkom @linivocin04 @lita_sres @ginahartina	tinahartiana	8/10/19	1	Saldo LinkAja, buat beli token PLN, membantu merencangi kamarku yang gatel dipjokan kos	imamrenon	8/10/19	1	Tumblr min,karena sesuai dengan program safe planet,so plastics
8/10/19	2	Office Tour, karena saya sangat amazed dengan Telkom Landmark Tower dengan semua keangghaban, inovasi dan karya-karya anak bangsa di dalamnya, sangat ingin melihat dan interview langsung ke sana namun apa daya sulit untuk mengakses karena saya bukan pekerja di sana. Jaga bukan influencer bakalan youtuber, semoga dengan adanya giveaway ini saya berkenan pesan berkunjung 🙏🏻 @abdurwahid @rizkuzwinn @nikarfn	rachmanmudiansyah	8/10/19	2	Sebagai insan telkom yang baik, saya mau punya Speaker JBL GO. Biar apa? Ya biar bisa dengerti lagu "Jayalah Telkom" setiap hari donggg. Lagu yang bikin kita semangat dan kuat untuk menjalanin hari-hari. Kuy guys? @alfiahghafar @joameen @harrisaendrian	rzaryra	8/10/19	2	Saldo LinkAja, biar bayar tagihan Halo lebih gampang jd bisa slalu stay on top khawatir kuota 🙏🙏🙏🙏	sakaranti	8/10/19	2	Tumblr dong , biar ga perlu lagi beli minum pake plastik bisa save earth ini aja lewat tumblr sendiri dan bisa dibawa kemana2 @alvinaditya @alvindiara @sarvavia
8/10/19	3	Office tour aja, karna gedung landmark tower telkom yang keren banget, pengen banget bisa office tour karena barang @victoriastaggadewi @paupita_aga @mining_reni @rizalputriyanto	raggara_bayuningtyas	8/10/19	3	Speaker JBL Go biar pak konsepin 🙏🏻 @dimayya_w @khaeni @sawa_paschell163	nitogomez	8/10/19	3	Saldo link aja, buat ongkos kereta kalau berangkat kantor 🙏🏻 @satri@gunclar @pakdudu_ @sambacec	ruing_	8/10/19	3	Akuan saya milih Tumblr, karena kalau diaman mau minam gelas dikantor pada keong entah dibawa kemana gelas tersebut, jadi dengan ada tumblr, kebutuhan cairan terpenuhi. @pyaribanggakidul_ @jovaviva_desi @ajialrahman @inaas1
8/10/19	4	sangat ingin office tour! karena saya sendiri masih mahasiswa tingkat akhir tetapi dari dulu ingin sekali bisa bekerja di telkom hehehe. sebelum bisa bekerja disana, semoga banget kalau bisa office tour dulu supaya makin semangat 🙏🏻 alasan lain adalah kalau kunjungan itu lebih banyak kemanganya buat saya pribadi. @haeding dapat barang hehehe wish me	adinda_sitorus	8/10/19	4	Speaker JBL Go. Biar ngga galau entar klo 1. link mati 🙏🏻 @selvalentia03 @gihariyandjani @lilfazrah7 @january_ @deviva_yu_	deni.mugraba	8/10/19	4	Saldo LinkAja, soalnya kepake banget buat beli tiket kereta, bayar indihom, bayar Halo, beli token PLN, jadi lebih gampang bayar apa apa sehalanya 🙏🏻 @ademurul @deniosta @grace_ruby	donahmania	8/10/19	4	tumblr apa daya saya yang cuma pegawai outsource telkom...

Gambar 13. Rekap Pemenang Giveaway

Penulis juga membantu membuat konsep strategi komunikasi Web rekrut serta me-*revamp recruitment* website, di recruitment.telkom.co.id, yang dapat dilihat di gambar 14, yang merupakan salah satu komunikasi eksternal dengan menggunakan berbagai konten yang dapat mengomunikasikan proposisi nilai perusahaan untuk mendorong kandidat baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melamar program/pekerjaan yang dibuka/disediakan. Dimana, website saat ini sudah menjadi kebutuhan yang penting bagi suatu perusahaan, lembaga, instansi dan lainnya.

Terakhir, penulis membantu dalam pelaksanaan kegiatan *benchmark HCM Open day* yang ditujukan bagi instansi atau perusahaan eksternal untuk dapat memahami dan mengetahui bagaimana PT Telekomunikasi Indonesia dalam mengatur atau me-*manage* karyawan yang begitu banyak dan besar ini melalui program-program yang dibentuk, maupun dari cara pengaturannya, sehingga karyawan tetap merasa jelas

dengan apa yang sedang dikerjakan maupun apa yang akan dikerjakan kedepannya. Dimana, kegiatan ini bersifat *sharing Knowledge* melalui Sembilan intensif yang disampaikan oleh para professional di bidangnya. Dimana terdapat 13 perusahaan yang terdaftar untuk mengikuti acara ini. Penulis ditugaskan untuk menjadi *usher* atau penerima tamu dan juga menjadi LO dari pembicara, serta membantu hal-hal lain yang bisa dibantu seperti ikut dalam melaksanakan *office tour* kepada peserta, membagikan makanan, dan lain-lainya. Dapat dilihat di gambar 15.

TESTIMONIAL SECTION
BLOG - WHAT I LEARN

Di dalam Blog ini akan dibagi menjadi dua section, pertama dari sisi :

What I learn, yang dilihat dari masukan dan review dari pihak-pihak eksternal (Internship, partnership, PKL, dll).

What We Do, yang dibuat dari internal perusahaan, seperti apa saja yang akan dilakukan Telkom dalam membentuk talent menjadi potensial, serta tips-tips untuk menjadi talent yang dapat bekerja di Telkom

Konten yang ditulis langsung oleh para talent yang sudah memiliki pengalaman kerja di Telkom. Disini juga akan ada video review (bisa juga dialihkan ke youtube livingintekom)

I spent 3 months as a marketing intern at Gojek. Here's what I learnt.
 I came in not knowing what to expect in Gojek's pilot run of the Gokxplore internship. I left knowing I'd made an impact in people's lives.

From Musician to Lawyer to a Coder
 In order to be indispensable, being 'good' is not good enough. Sasara Bahrija understood this very early in his life. In this pursuit, he...

Konten yang ditulis oleh karyawan Telkom yang memiliki predikat Top Talent di usia muda, yang berprestasi. Pengalamannya dalam berkarir

Referensi penyajian videonya

Nakama Story - Internship
 Tokopedia • 12K views • 2 years ago
 Bagaimana suasana menjadi intern di Tokopedia? Tidak hanya mengerjakan hal-hal yang jadi petengap saja, Gani, Bryan, dan...
 etc.

Talks with Interns Bukalapak
 Bukalapak • 4K views • 1 year ago
 Bukalapak adalah tempat yang paling tepat untuk mengembangkan kemampuan dan potensi diri. Kami bisa belajar banyak hal...

TESTIMONIAL SECTION
BLOG - WHAT WE DO

Konten yang dipaparkan mengenai bagaimana Telkom berkontribusi dalam ikut serta membangun meningkatkan para talent yang digital yang cerdas. Disini akan dijelaskan mengenai hal-hal apa saja yang harus dimiliki para talent untuk bisa bergabung di Telkom, hal-hal apa saja yang sudah dilakukan Telkom dalam membantu meningkatkan skill atau mencerdaskan anak bangsa (Sebagai nilai tambah untuk menarik para calon pelamar kerja yang berkompentensi), seperti Program Indischool Merah Putih merupakan bagian dari program Telkom Indonesia untuk Indonesia dalam bidang pendidikan, khususnya untuk menjangkau pulau terluar dan daerah terpencil di Indonesia.

How GOJEK is grooming the next generation of talent in Indonesia
 Our new internship program, Gokxplore, is designed for the hungry, the curious, and the ones who want to make a tangible, meaningful impact.
 Susan P. Chen

6 Skills You Need in GOJEK's Marketplace
 From matchmaking to pricing, GOJEK's Marketplace team handles some of the company's core and most crucial issues. Marketplace basically...
 Denny A. Wardani

Our Journey in Making Everyone a Scientist
 In GO-JEK we share the thought that the role of data is more important than ever. Every single decision we make here is based on data...
 Indra Budari

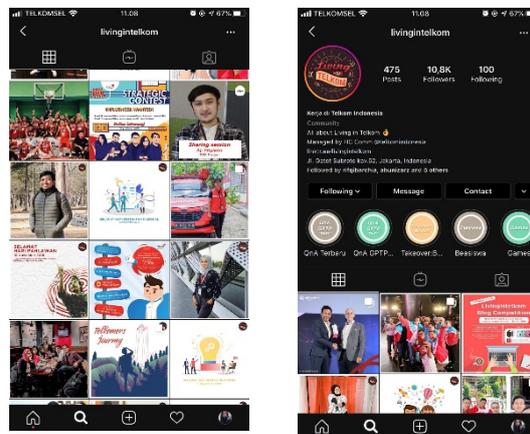
Menjelaskan 23 Skills Telkom Digital, atau seperti yang ada di <https://medium.com/codexstories>

Gambar 14. Revamp Website



Gambar 15. Pelaksanaan HCM Open Day

Lalu, menggunakan Instagram @livingintelkom yaitu dengan *online public relations* dengan memposting foto dan snapgram saat terdapat kegiatan baik di dalam maupun di luar perusahaan.



Gambar 16. Instagram @livingintelkom

3.4 Uraian Kendala dalam Proses Magang

Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis menemui dan mengalami beberapa kendala.

1. Adanya perbedaan generasi, yaitu dari generasi *baby boomers*, Gen X, Gen Y dan Gen Z, sehingga dalam menyampaikan informasi/pesan sedikit sulit, begitu juga dengan cara berkomunikasi.
2. Divisi dan departemen dalam perusahaan yang terlalu luas. Membuat penulis tidak terlalu tahu dan paham adanya divisi dan departemen.

3. Banyaknya istilah asing atau kata singkatan yang tidak dipahami oleh penulis yang sering digunakan oleh karyawan.
4. Pembimbing Lapangan yang sering dinas ke luar kota.

3.5 Solusi

Dengan berbagai kendala seperti yang telah diuraikan di atas pada saat melakukan praktik kerja magang, penulis menemukan beberapa solusi seperti:

1. Penulis perlu memahami perbedaan karakter setiap generasinya, sehingga dalam berkomunikasi disesuaikan dengan karakter lawan bicara. Penulis beradaptasi dengan lingkungan dimana penulis berada, serta penulis juga membagi dan memetakan media mana yang cocok dikonsumsi dari setiap Generasinya.
2. Mengulik kembali divisi beserta departemenya. Dengan mencari tahu dan bertanya kepada pembimbing lapangan.
3. Selalu bertanya kepada pembimbing dan mencatatnya di catatan.
4. Berkomunikasi melalui *Mobile Phone*, seperti menggunakan ChatAja, Telegram dan Whatsapp.