

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Praktik kerja magang di PT Inovasi Daya Solusi yang berlangsung selama kurang lebih tiga bulan 60 hari, penulis ditempatkan pada divisi *Marketing Communications* yang dipimpin oleh Syarief sebagai *Head of Sales and Marketing* dan Chiecillia Hamdarto sebagai *Human Resources Manager* sekaligus *supervisor* dari penulis. Selama menjalankan *job desk* yang diberikan, penulis juga bekerja sama dengan Devita dan Badai selaku tim *Marketing Communications*.

Penulis diberi banyak kesempatan untuk mendapatkan pelajaran dari dalam kantor maupun luar kantor dari setiap aktivitas *Marketing Communications* lakukan. Tugas yang diberikan dan penulis kerjakaan nantinya akan diperiksa oleh tim *Marketing Communications* terlebih dahulu lalu nanti diperiksa oleh *Head of Sales and Marketing*. Jalur koordinasi yang penulis biasa lakukan berupa tatap muka atau menggunakan media seperti *email* atau aplikasi *Whatsapp*.

Dalam menjalankan tugas yang diberikan tidak jarang penulis juga harus melakukan koordinasi dengan divisi lain seperti *HR* dan *Head of IT Infra and Support* untuk bisa menyesuaikan permintaan *client* dengan apa yang dikerjakan perusahaan itu sendiri.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas yang diberikan disampaikan secara langsung maupun melalui perantara aplikasi *Whatsapp* oleh Syarief selaku *Head of Sales and Marketing* dan Chiecillia selaku *Human Resources Manager*, berfokus pada pengelolaan media sosial yang dimiliki PT Inovasi Daya Solusi baik *Facebook*, *Instagram*, maupun *Linkedin*. Tugas-tugas yang dilakukan pada saat melaksanakan praktik kerja magang memiliki keterkaitan dengan aktivitas *Marketing Communications*. Berikut lampiran tabel *job desk* yang dikerjakan penulis per minggunya:

Tabel 3.1 *Job desk* yang dilakukan penulis perminggunya

Minggu ke-	Jenis pekerjaan yang dilakukan
1	a. Menganalisis <i>jobdesk</i> yang diberikan. b. Merancang <i>timeline</i> media sosial Solusipay.
2	a. Menghubungi pihak CDC Universitas untuk menjalin kerjasama.
3	a. Ikut dalam <i>meeting client</i> atau calon <i>client</i> PT Inovasi Daya Solusi. b. Pembuatan dan pematangan konsep 17an media sosial Solusipay.
4	a. Mengikuti <i>meeting</i> dengan Grab untuk memperluas jaringan <i>client</i> PT Inovasi Daya Solusi yaitu Mega Finance. b. Liputan konten media sosial Solusipay di BIOS 2019.
5	a. Melakukan komunikasi untuk menjalin kerjasama dengan Universitas Esa Unggul dan Universitas Gunadarma untuk melakukan <i>campus hiring</i> .
6	a. Membangun <i>awareness</i> PT Inovasi Daya Solusi melalui <i>campus hiring</i> di UMN. b. Penjelasan <i>profile company</i>
7	a. Membuat <i>timeline</i> media sosial Solusipay dengan tim dalam tiga bulan ke depan. b. Membuat <i>Profile Company</i> PT Inovasi Daya Solusi.
8	a. Liputan konten media sosial Solusipay. b. <i>Meeting</i> untuk mematangkan ide <i>core value</i> PT Inovasi Daya Solusi.
9	a. Liputan konten media sosial Solusipay di JCC. b. Mengajukan <i>design template</i> Instagram Solusipay.
10	a. Liputan konsen media sosial Solusipay di Senayan City (Food Culinary Festival 2019)
11	a. Membuat konten untuk LinkedIn PT Inovasi Daya Solusi. b. Revisi <i>design template</i> Instagram Solsusipay.
12	a. Liputan kegiatan <i>campus hiring</i> Universitas Gunadarma. b. Melakukan <i>editing</i> untuk <i>design</i> kartu nama PT Inovasi Daya Solusi.
13	a. Pengelolaan media sosial Solusipay. (Diecast Expo 2019) dan (BCA Expo 2019).

14	a. Pengelolaan media sosial Solusipay. b. Mengikuti seminar Jobstreet.
15	a. Liputan konten media sosial Solusipay di JCC. (Indocraft 2019)
16	a. Liputan konten media sosial Solusipay. b. Finalisasi/ MOU kerjasama dengan Universitas Esa Unggul

Sumber: Dokumen penulis

3.2.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tabel 3.2 Uraian pelaksanaan kerja magang perminggunya

Kategori	Aktivitas	Agustus				September				Oktober				November		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
<i>Online PR</i>	Membuat perencanaan konten media sosial	v				v				v	v			v		
	Pembuatan konten media sosial Solusi Pay	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
	<i>Meeting</i> tim media sosial	v				v	v			v				v		
	<i>Media monitoring</i>	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
	Membuat konten LinkedIn PT Inovasi Daya Solusi									v	v	v	v	v	v	v
<i>PR Writing</i>	<i>Profile Company</i>			v												
	<i>Core Value Company</i>				v	v										
<i>Business to Business Relations</i>	<i>Meeting</i> dengan <i>client</i> PT Inovasi Daya Solusi	v	v	v							v		v			

Sumber: Dokumen penulis

3.2.2 Public Relations

Keberadaan hubungan masyarakat (humas) atau *public relations* (PR) dalam suatu organisasi *modern* sangat dibutuhkan karena fungsinya menunjang manajemen dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi. Sebagai bagian yang terintegrasi dengan organisasi, baik bisnis maupun non bisnis *modern*, kegiatan PR

sangat beragam tetapi memiliki ciri-ciri khusus. Effendy dalam (Sopian, 2016, p. 2) menyebutkan ciri-ciri dari kegiatan PR meliputi:

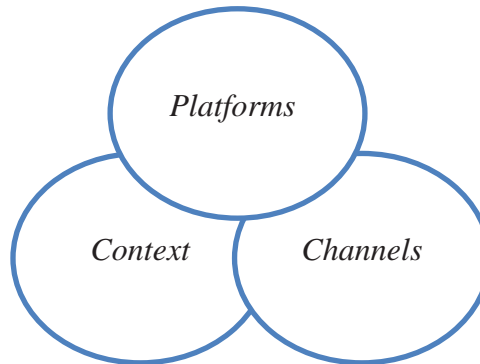
- a) Komunikasi yang dilancarkan berlangsung dua arah secara timbal balik
- b) Kegiatan yang dilakukan terdiri dari penyebaran informasi, kegiatan persuasi, dan pengkajian pendapat umum.
- c) Tujuan yang hendak dicapai adalah tujuan organisasi tempat PR menginduk.
- d) Sasaran yang dituju adalah kahlayak di dalam organisasi (publik internal) dan kahlayak di luar organisasi (publik eksternal)
- e) Efek yang diharapkan adalah terbinanya hubungan harmonis antara organisasi dan kahlayak.

Sesuai dengan ciri-ciri di atas, pekerjaan yang dilakukan oleh penulis juga termasuk di dalamnya. Di antaranya penulis melakukan kegiatan *online public relations*, di mana penulis mengelola beberapa akun dan konten untuk media sosial PT Inovasi Daya Solusi. Lalu penulis juga melakukan kegiatan PR *Writing* di mana sesuai dengan ciri-ciri kegiatan PR untuk menyebarkan informasi dalam *Company Profile*. Selanjutnya adalah kegiatan untuk melakukan kegiatan komunikasi dua arah, baik dengan *stakeholders* eksternal (*Business to Business*) maupun internal perusahaan dengan tujuan terciptanya hubungan baik dengan semua publik.

3.2.2.1 Online PR

Untuk dapat berinteraksi menggunakan internet, maka ada tiga elemen yang bisa menjadi panduannya. Praktisi *Public Relation* yang menggunakan internet, harus bisa memahami mengapa internet menjadi hal yang penting bagi publik. Terdapat tiga hal yang saling berhubungan dan bisa menjadi perhatian untuk menjalankan aktivitas *Online Public Relations*, (Young, 2009, p. 95) yaitu:

Gambar 3.1 Tiga Elemen dalam *Online Public Relations*



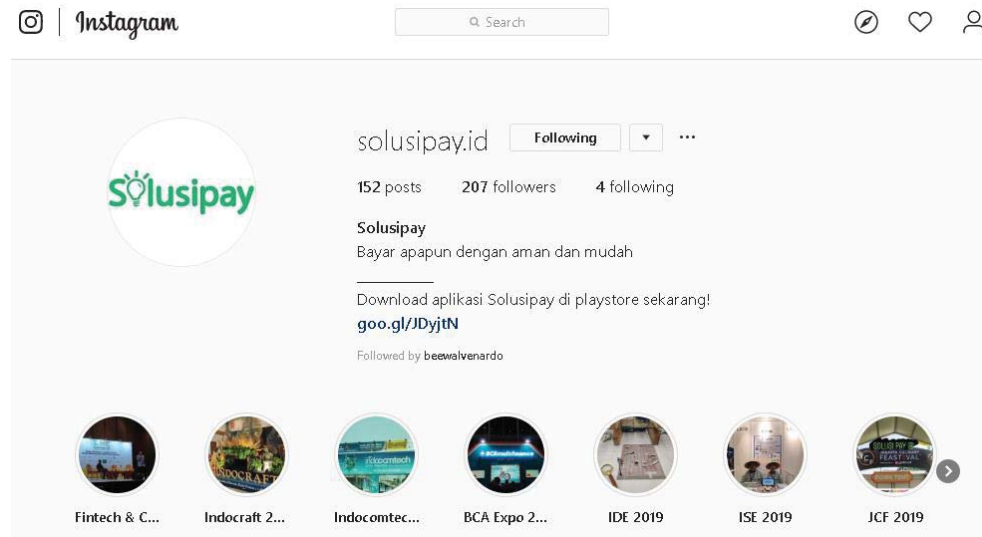
Sumber: Young, David Phillips and Philip 2009

- a) *Platforms*: merupakan suatu perangkat yang menjadi akses untuk membuka internet dan pengetahuan. Contohnya adalah komputer, laptop, *smartphone*, dan beragam perangkat yang mungkin tercipta di masa yang akan datang.
- b) *Channels*: merupakan sarana untuk mengakses informasi seperti telepon, SMS, *email*, *website*, dan berbagai media sosial lainnya.
- c) *Context*: menjadi tidak kalah pentingnya ketika seseorang mengakses internet di rumah, sedang berpergian, di tempat bekerja, ketika dalam situasi mudah atau sulit, dalam berbagai suasana hati, serta dalam zona waktu dan tempat yang berbeda.

Selama masa praktik magang penulis mendapatkan tanggung jawab untuk mengelola akun media sosial PT Inovasi Daya Solusi. Dengan menggunakan *platforms* berupa *smartphone* dan *laptop* yang dipinjamkan selama masa magang berlangsung. *Channel* yang digunakan adalah media sosial PT Inovasi Daya Solusi seperti Instagram, Twitter, dan Facebook. Dalam buku Brian Solis yang berjudul *Putting the Public Back in Public Relations* (Solis, 2009, p. 17) dikatakan bahwa media sosial adalah sebuah mekanisme yang ber *format* percakapan dua arah antara pembuat konten dan rekan-rekan yang berada dalam saluran yang sama. Sedangkan dari elemen *context* adalah untuk membangun *awareness* publik dan *client* perusahaan. Dalam hal ini konten yang disajikan secara umum kepada publik berupa informasi promo, ucapan hari raya, *tips and trick*, *remainder*, serta beragam informasi mengenai *event*. Yang diharapkan dari pengelolaan media sosial PT

Inovasi Daya Solusi adalah terbentuknya kredibilitas perusahaan yang menawarkan jasa untuk pembuatan aplikasi kepada *client* dan calon *client* perusahaan.

Gambar 3.2 Tampilan *Home* Instagram Solusipay



Sumber: Dokumen pribadi penulis

Penulis yang bergabung dalam tim *Sales and Marketing* mempunyai *job desk* untuk membuat perencanaan (*timeline*) konten selama satu bulan hingga tiga bulan kedepan. Setelah *timeline* rampung maka penulis akan mulai untuk mencari bahan konten, penulis bersama tim terjun langsung ke lapangan untuk pengambilan gambar, *moment* yang pas, serta melakukan QnA kepada masyarakat. Setelah bahan untuk konten sudah cukup maka masuklah ke tahap *editing*, penulis memberikan beberapa ide untuk *design tame plate* agar tampilan dari *feeds* Instagram bisa lebih tertata dan menarik. Penulis juga bertugas untuk mengunggah dan memberikan *caption* untuk konten. Memanfaatkan fitur Instagram yaitu *snapgram* untuk bisa memberikan liputan langsung kepada pengikut Instagram PT Inovasi Daya Solusi. Selain cepat dan bisa memberikan daya tarik sendiri *snapgram* juga bisa memberikan berbagai interaksi kepada audiens. Contohnya seperti *polling*, *quiz*, *questions*, *countdown*, dan lainnya. Semakin unik dan efektif pemanfaatan fitur yang digunakan maka akan semakin menarik perhatian dari pengguna media sosial juga.

Gambar 3.3 Salah satu konten Instagram yang diunggah oleh penulis



Sumber: Dokumen pribadi penulis

3.2.2.2 PR Writing

Dalam menjalankan tugasnya, maka seorang PR haruslah bisa menguasai teknik penulisan. Hal ini berguna untuk menulis sesuatu seperti *press release*, *advertorial*, *company profile*, dan masih banyak lainnya untuk kepentingan perusahaan. Sebagai seorang praktisi PR akan menjalankan *PR Writing* yang berakar pada tujuan dan sasaran organisasi/ perusahaan, khususnya strateginya untuk membangun dan mengelola hubungan baik dengan publiknya (Donald Treadwell, 2005, p. 26)

Penulis mendapatkan tugas untuk membuat *company profile* PT Inovasi Daya Solusi untuk memenuhi persyaratan kerja sama dengan Universitas Gunadarma. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan PT Inovasi Daya Solusi sebagai perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi, sejarah perusahaan, dan lain-lain yang berhubungan tentang perusahaan sehingga bisa

terjalannya hubungan baik dengan publik dan *client* perusahaan. Selain itu juga penulis mendapatkan tugas untuk melengkapi *core value* perusahaan. Penulis diarahkan untuk tetap mempertahankan kata-kata seperti *Inovation*, *Creativity*, dan *Team*. Untuk itu penulis mengusulkan *core value* dengan singkatan C I N T A yang secara arti saja sudah memiliki arti bahwa nilai dasar perusahaan harus dibangun dengan perasaan. C adalah *Comitment* yang artinya setiap anggota dari PT Inovasi Daya Solusi berkomitmen untuk selalu memberikan yang terbaik untuk pekerjaan. I adalah *Inovation* yang artinya PT Inovasi Daya Solusi selalu mencari sesuatu yang baru yang lebih baik dari sebelumnya baik dan juga dalam mengambil setiap langkah untuk melewati *obstacle* untuk internal perusahaan atau penawaran bagi *client* perusahaan. N adalah *Networking* yang artinya membuka atau menciptakan setiap peluang untuk bisa terjalinnya hubungan kerja tim baik internal atau eksternal. T memiliki arti *Transparancy* yang menjelaskan bahwa PT Inovasi Daya Solusi adalah sebuah tim yang saling mendukung potensi setiap rekan kerja dan menyelesaikan suatu masalah atau pekerjaan bersama-sama secara transparan, hal ini penting untuk terciptanya kredibilitas antar individu, tim, hingga perusahaan. A adalah *Active* artinya di tempat bekerja selalu aktif untuk memunculkan inovasi baru dan sikap positif yang menjadi dedikasi dan kerja keras.

Gambar 3.4 *Profile Company* yang dibuat oleh penulis



Sumber: Dokumen pribadi penulis

3.2.2.3 Business to Business Relations

PT Inovasi Daya Solusi adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi informasi secara *business to business*. Layanan hubungan dengan *client* perusahaan harus mampu mengartikulasikan dan memprioritaskan setiap atau semua atribut yang ditawarkan oleh layanan untuk menargetkan *customer value* dan memposisikan perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan yang kompetitif. (Oliver, 2007, p. 82). Untuk itu melakukan pertemuan dengan *client* adalah hal penting agar bisa melakukan koordinasi dengan tatap wajah yang artinya bisa menyampaikan suatu pesan secara efektif dan cepat. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir kesalahpahaman dan bisa memaksimalkan segala informasi dan kemampuan suatu perusahaan dengan harapan keputusan yang bisa diambil dengan lebih cepat.

Seperti yang dilakukan oleh penulis saat praktik kerja magang, penulis diajak untuk bertemu dengan *client* agar bisa mengetahui apa kebutuhan dari *client* itu sendiri dan juga calon *client* lainnya. Penulis mendapatkan kesempatan untuk ikut serta dalam meeting dengan Grab, Bank Mega, Job Street, dan Kalibrr,. Penulis bertugas untuk memahami setiap percakapan dan menuliskannya menjadi sebuah laporan *meeting* atau sering disebut juga *minutes of meeting* (MoM), sebagai hasil

report untuk *meeting* yang nantinya bisa menjadi bahan evaluasi sekaligus catatan. Setelah selesai rapat dan catatan dari buku dan ditulis manual dipindahkan ke format yang sudah disediakan lalu dikirimkan kepada divisi yang ikut serta dalam *meeting* tersebut melalui *email*.

Pentingnya menjalin hubungan secara langsung juga berguna untuk bisa menciptakan hubungan baik jangka panjang, atau bisa disebut juga tahapan ini adalah menjaga hubungan baik antara perusahaan dan mitra perusahaan (*company relations*). Sehingga ke depannya bisa menciptakan peluang-peluang baru untuk usaha serta tidak menutup kemungkinan bisa membuka peluang bisnis atau kerja sama baru.

Gambar 3.5 MoM yang dibuat oleh penulis

Minutes of Meeting

Project Name	:	Meeting CDC Gunadarma
Date	:	5 September 2019
From	:	13.00
To	:	14.00
Location	:	Ruang CDC Gunadarma kampus D It 1, Depok
Minute Taker	:	Team Inovasi Daya Solusi (IDS)

Prepared by:
 Inovasi Daya Solusi
 Grand Sigi Tower, Level 18
 Jalan Setya S. Permana, Kav. 22-24,
 Jakarta Barat 11480
 Indonesia
<http://www.inovasi-daya-solusi.com/>

Agenda / Meeting Objectives

1. Survei lapangan untuk Campus Hiring Gunadarma.
2. Penawaran kerjasama untuk mahasiswa/i magang.

Attendees

No.	Nama	Departemen	Email Address	Contact Number	Signature
1	Ibu Adriani Yulida	CDC Gunadarma		081274879767	
1	Christofel	IDS	christofel@ids.id	082507271009	

Discussion Points

Sumber: Dokumen pribadi penulis

3.3 Pekerjaan Tambahan

Selain bergabung bersama tim *Marketing Communications* penulis juga memiliki beberapa tugas tambahan yang mengharuskan penulis untuk mengetahui kebutuhan perusahaan dalam segi sumber daya manusia. Penulis bertugas juga untuk membantu divisi *Human Resource* menyeleksi *CV*, membuat undangan untuk *interview*, ikut dalam *campus hiring* untuk memperkenalkan dan membangun *awareness* PT Inovasi Daya Solusi di kalangan mahasiswa.

3.4 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalankan praktik kerja magang penulis menemukan beberapa kendala yang memengaruhi penulis dalam menyelesaikan tugas yang diberikan, antara lain:

1. Komunikasi antar divisi yang masih belum lancar, menyebabkan lambannya respon serta menimbulkan kesalahpahaman.
2. Kurangnya tenaga ahli dalam bidang tertentu, yang menjadikan kurang maksimalnya pekerjaan yang dikerjakan
3. Pembagian *jobdesk* yang masih belum sesuai dengan posisi yang ditempati, menyebabkan menumpuknya pekerjaan dari satu orang atau satu divisi tertentu.
4. *Owner* yang tidak berada di kantor PT Inovasi Daya Solusi dan sekaligus menjadi penentu segala keputusan, menyebabkan lambatnya pengambilan keputusan.

3.5 Solusi dari Kendala yang Ditemukan

Setelah melihat terdapat kendala di atas maka penulis memiliki solusi yang penulis terapkan semasa praktik kerja magang di PT Inovasi Daya Solusi, yaitu:

1. Berinisiatif untuk melakukan komunikasi dengan divisi lain sebelum melakukan tugas atau pekerjaan yang diberikan, agar sesuai dan meminimalisir kesalahpahaman.
2. Membantu divisi HR dalam pencarian kandidat baru untuk mengisi jabatan yang kosong masih terus dilakukan, untuk memaksimalkan pekerjaan setiap divisi.
3. Membagi prioritas dari *job desk* yang diberikan dengan *deadline* yang diberikan pula, agar bisa melihat prioritas yang dibutuhkan secara cepat atau masih bisa ditunda.
4. Untuk mengambil setiap keputusan tetap harus menunggu jawaban dari *owner* langsung, namun cara menanggapi atau menjawab pertanyaan dari *client* menjadi bisa disesuaikan dengan yang sudah diketahui bahwa keputusan yang akan didapat tidak bisa secara cepat karena harus mendapatkan persetujuan pemilik.