



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

Pada kegiatan kerja magang yang diikuti selama 60 hari kerja di Plaza Mandiri, terhitung dari 3 Februari 2020 hingga 29 April 2020, kedudukan sebagai *Corporate Event (internship)* telah dilaksanakan sesuai *jobdesk* yang diberikan. Tugas-tugas yang dilakukan selama menjalankan kegiatan magang serupa dengan staf yang bekerja di dalam naungan *Corporate Secretary Group*. Bapak Topa Lukita, selaku *team leader* dari tim *Corporate Event* merupakan pembimbing yang secara intensif memberitahukan tugas-tugas yang harus dilakukan dan membimbing secara insentif setiap harinya. Beliau sebagai sosok pembimbing mampu memberikan ilmu serta kerja praktek dengan sangat baik, dimulai dari pengenalan lingkup kerja, memberi pengetahuan lebih untuk penggunaan *software* Microsoft untuk memasukan data-data yang dibutuhkan, tahapan-tahapan yang harus disiapkan ketika merencanakan suatu kegiatan, bagaimana cara melakukan komunikasi yang bersifat korporasi saat berhadapan dengan rekan kerja, hal-hal yang perlu diperhatikan ketika sedang melakukan pertemuan, unsur-unsur penting apa saja yang perlu diperhatikan dalam sebuah kegiatan, hingga masukan yang membangun dan bermanfaat guna memperbaiki kinerja selama keberlangsungan praktek kerja magang, maupun saat memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.

Tidak hanya bekerja sama dengan staf di tim *Corporate Event*, selama periode kerja magang bekerja sama dengan *group*, departemen, dan tim lain yang ada di ruang lingkup PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. juga dilakukan. Sangat penting untuk menjaga hubungan baik antar staf yang bekerja di PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Kerja sama antar *group*, departemen, dan tim merupakan salah satu hal penting karena diperlukan untuk mengetahui apa saja kebutuhan dari pemegang kepentingan dari kegiatan (*event/acara/sponsorship*) perusahaan serta untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut guna keberlangsungan kegiatan perusahaan. Pada awal praktek kerja magang, pekerjaan-pekerjaan harus ditindaklanjuti oleh pembimbing lapangan atau staf lainnya. Namun, seiring berjalannya waktu, pembimbing mulai mengarahkan agar dapat menindaklanjuti saat sedang melakukan kegiatan seperti *meeting* perencanaan, memberi masukan, serta berpendapat namun tetap atas persetujuan beliau.

Selama berlangsungnya proses kerja magang, beberapa ilmu *Corporate Communications* yang telah dipelajari selama masa perkuliahan dapat diterapkan dalam berhadapan dengan rekan kerja dan pemangku kepentingan yang bersangkutan. Teori-teori yang berhasil diterapkan antara lain, *Special Event*, Lobi dan Negosiasi, dan *Corporate Communications*.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas-tugas yang dilakukan selama proses kerja magang berlangsung, antara lain:

Tabel 3.2 Tugas yang dilakukan

No	Teori	Februari	Maret	April
1	<i>Special Event</i>			
	a Rapat Internal			
	b Rapat dengan Vendor/Pihak Ketiga			
	c Riset Situasi/Kondisi Sebelum Pelaksanaan			
	d Penginputan Data			
	e Persiapan Perlengkapan			
	f Pelaksanaan			
2	Presentasi, Lobi, dan Negosiasi			
	a Rapat Internal			
	b Rapat dengan Vendor/Pihak Ketiga			
3	<i>Corporate Communications</i>			
	a Rapat Internal			
	b Rapat dengan Vendor/Pihak Ketiga			
	c Pelaksanaan Acara			
	d Konten Media Sosial Mandiri			
	e Monitoring Persiapan Acara			
	f Monitoring Acara			
g Berpartisipasi dalam Acara				

Beberapa aktivitas lainnya yang telah dilakukan selama melangsungkan proses kerja magang sebagai *intern* di tim *Corporate Event* di PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. antara lain:

1. Melakukan aktivitas *monitoring* ketika merencanakan atau diadakannya kegiatan (*event/acara/sponsorship*) baik dari internal perusahaan maupun eksternal perusahaan.
2. Membantu dalam kegiatan pendaftaran untuk mendata identitas calon peserta yang akan mengikuti kegiatan yang rutin diselenggarakan oleh PT Bank Mandiri (Persero) Tbk.
3. Menginput data identitas dari para peserta yang telah mendaftarkan diri di kegiatan-kegiatan perusahaan guna kelancaran saat kegiatan tersebut diselenggarakan serta menghindari terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan sehingga acara akan berlangsung sesuai dengan perencanaan.

4. Membuat *schedule* penceramah dalam ibadah sholat Jumat berjamaah yang diselenggarakan di tempat ibadah yang terletak di PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. dan anak-anak perusahaan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
5. Turut serta dalam persiapan properti-properti yang akan digunakan sebagai pelengkap acara rapat kerja *Corporate Secretary* yang dilaksanakan di Labuan Bajo.
6. Menjadi bagian dari kegiatan perusahaan yaitu Mandiri Donor Darah guna mengatur *flow* para pendonor yang telah mendaftarkan diri pada hari diselenggarakannya kegiatan tersebut.
7. Berpartisipasi dalam proses penyelesaian dan pemecahan masalah atau keluhan yang diajukan oleh saat dilaksanakannya pertemuan antara pemangku kepentingan maupun pihak ketiga guna menyamakan tujuan antara kedua belah pihak yang akan menguntungkan satu sama lain, seperti:
 - a. Penentuan nominal yang akan dikeluarkan oleh pihak PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. untuk mensponsori sebuah kegiatan olahraga yang akan dilaksanakan di Bogor dengan *win-win solution* yang akan menguntungkan kedua belah pihak.
 - b. Penentuan elemen-elemen yang dibutuhkan untuk *event* olahraga yang akan diadakan di Jogjakarta demi kelancaran ketika *event* diselenggarakan.
8. Membantu menyediakan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan untuk berbagi kepada mereka yang aktivitasnya terhambat karena bencana wabah Covid-19.
9. Turut serta membagikan masker dan *hand sanitizer* di beberapa stasiun sebagai bentuk kepedulian PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. kepada masyarakat.
10. Menjadi bagian dari kampanye yang diadakan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. soal pencegahan penyebaran virus Covid-19.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Kegiatan *Event* di PT Bank Mandiri (Persero) Tbk

Selama menjalani proses kerja magang di Plaza Mandiri sebagai bagian dari tim *Corporate Event*, membangun relasi yang baik dengan para staf, pemangku kepentingan, dan pihak ketiga dalam perencanaan kegiatan maupun pelaksanaannya merupakan pekerjaan utama dan harus dilakukan demi keberlangsungan acara. Sebagai seorang *Corporate Event*, diharuskan untuk mengetahui kesulitan ataupun kendala yang dihadapi

ketika melakukan perencanaan kegiatan maupun dalam waktu pelaksanaan Pengadaan kegiatan khususnya *event* memiliki peran penting untuk perusahaan mengkomunikasikan *value*-nya ke publik. Menurut Any Noor (2013:8), *event* merupakan suatu kegiatan yang dilancarkan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang berhubungan secara adat, budaya, tradisi, dan agama dengan tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.

Merencanakan kegiatan pada skala perusahaan memiliki tingkat kesulitan yang berbeda-beda, tergantung dari jenis kegiatan yang akan diselenggarakan. Menurut Noor (2009), terdapat empat jenis *event*, yaitu *Leisure Event*, *Cultural Event*, *Personal Event*, dan *organizational event*. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. ***Leisure Event*** Merupakan kategori *event* yang berkembang banyak pada kegiatan keolahragaan yang di dalamnya memiliki unsur pertandingan dan mendatangkan banyak pengunjung.
2. ***Personal Event***. Kegiatan yang didalamnya melibatkan anggota keluarga atau teman dimana kategori *event* ini dapat dikatakan lebih sederhana. Contoh pada *personal event* adalah penyelenggaraan pesta ulang tahun, perayaan *anniversary*, dan sebagainya.
3. ***Cultural Event***. Merupakan kegiatan yang identik dengan budaya atau memiliki nilai sosial yang tinggi dalam tatanan masyarakat. Dengan perkembangan dan kemajuan teknologi yang kian pesat mendorong pula penyelenggaraan *cultural event* terkemas lebih menarik serta mampu menyesuaikan dengan situasi serta kondisi pada era modern sehingga menjadi suatu susunan serta padu padan yang berkesan.
4. ***Organizational Event***. Bentuk *event* yang diselenggarakan pada *organizational event* adalah kegiatan yang disesuaikan dengan tujuan organisasi.

Dengan penjabaran di atas, *event* yang dilaksanakan di Bank Mandiri (Persero) Tbk. selama pelaksanaan kerja magang masuk ke dalam kategori *organizational event*, yaitu *event* yang diadakan guna menyampaikan tujuan perusahaan kepada khalayak. Ada beberapa *organizational events* yang direncanakan maupun sudah diselenggarakan oleh Bank Mandiri selama periode kerja magang, salah satunya adalah acara Mandiri Jogja Marathon 2020 yang akan dilaksanakan di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Mandiri Jogja Marathon sendiri adalah acara rutin yang selalu diselenggarakan Bank Mandiri setiap tahunnya. *Event* tersebut merupakan *event* lari maratho yang diselenggarakan oleh Bank Mandiri (Persero) Tbk.

bekerjasama dengan Pemerintah Daerah dan Dinas Pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. Mandiri Jogja Marathon 2020 bukan sekedar acara lomba lari, tetapi para peserta akan disuguhkan keindahan, kekayaan alam, dan budaya Jogja. Dengan diadakannya *event* ini, citra Bank Mandiri (Persero) Tbk. di hadapan masyarakat luas akan terjaga dan semakin dipercaya. Karena tidak hanya membuat *event* untuk bersenang-senang, tetapi juga ada pembelajaran atau *value* yang bisa diambil setelah mengikuti acara.

Untuk merencanakan sebuah *event* diperlukan strategi persiapan yang matang. Menurut Noor (2009:179), manajemen *event* merupakan suatu pengorganisasian kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas atau lembaga yang dikelola secara profesional, efisien, dan efektif dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan kegiatan selesai. Peran *Corporate Event* pada *event* tersebut adalah membuat perencanaan sedetail mungkin untuk menghindari terjadinya kesalahan ketika acara diselenggarakan, mulai dari rapat rutin mengenai perlengkapan apa saja yang diperlukan, hingga rinci *flow* saat hari H. Rapat tersebut melibatkan pihak ketiga yaitu *vendor* yang turut membantu Bank Mandiri (Persero) Tbk. dalam merealisasikan strategi-strategi yang telah dirancang untuk pelaksanaan Mandiri Jogja Marathon 2020.

Tugas yang harus dilakukan oleh tim *Corporate Event* pada setiap kegiatan yang akan direncanakan adalah bekerja sama dengan pihak ketiga untuk turut serta membantu keberlangsungan acara dan monitoring progress selama persiapan hingga acara diselenggarakan. Selain itu tim *Corporate Event* yang pada dasarnya berada di dalam naungan departemen *Corporate Communications* membantu perusahaan dalam mempertahankan serta meningkatkan citra perusahaan di hadapan para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal dengan cara memastikan seluruh acara yang dilaksanakan berjalan sesuai rencana.

3.3.2 Presentasi, Lobi, dan Negosiasi

Beberapa pekerjaan yang dilakukan sebagai seorang *Corporate Event* selama periode praktek kerja magang berlangsung adalah melakukan rapat dengan *client* atau nasabah terkait penyelenggaraan suatu kegiatan (*event/acara/sponsorship*). Selama proses tersebut berlangsung, para partisipan rapat harus turut serta dalam penyampaian masukan atau pendapat yang dilakukan secara komunikatif, sesuai konteks, dan dengan penyampaian yang dapat dimengerti partisipan lainnya dengan melaksanakan strategi komunikasi. Menurut Effendy (2011), strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah

dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang.

Hal tersebut harus dilakukan untuk menghindari adanya ambiguitas atas pesan yang disampaikan atau yang diterima, sehingga dapat meningkatkan *trust* dan citra baik dari *client* ataupun pihak ketiga yang terlibat dalam rapat tersebut.

Selain penyampaian pendapat atau masukan, saat melaksanakan kegiatan rapat juga terdapat kegiatan negosiasi, salah satu contohnya adalah ketika tim *Corporate Event* melakukan rapat dengan tim Sunset Run yang merupakan acara lari marathon yang akan diadakan di Bogor. Mereka menawarkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. untuk menjadi sponsor di acaranya dengan menawarkan beberapa paket *sponsorship* yang telah mereka cantumkan pada proposalnya. Pada rapat itu, pihak PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. melakukan negosiasi harga sponsor untuk dikurangi nominalnya dengan menawarkan *benefit* apa yang akan acara tersebut dapat sebagai gantinya dari pihak PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. yaitu seperti pembayaran yang akan dipermudah dengan menggunakan Link Aja. Pihak PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. juga menawarkan *value* yang dimiliki sebagai satu perusahaan perbankan ternama di Indonesia yaitu untuk membantu mempublikasikan mengenai acara tersebut apabila ada persetujuan antara kedua belah pihak. Dapat dilihat dari penjelasan tersebut, tujuan dari diadakannya negosiasi adalah menentukan keputusan yang harus dibuat demi keuntungan para partisipan kegiatan negosiasi

Pengertian negosiasi menurut Ardianto (2010:22), kegiatan lobi adalah semua pendekatan persuasif yang mengarahkan ke suatu tujuan yang sama dan menguntungkan kedua belah pihak. Dalam lobi dan negosiasi terdapat manajemen konflik yang dapat menggambarkan proses penyelesaian konflik, yakni :

a. *Contending*

Mendominasi dan bersaing, memperlihatkan perhatian kecil pada pihak lawan serta menerapkan tindakan intimidasi, ancaman, dan hukuman.

b. *Yielding*

Mengakomodasi dan mengikuti, mengabdikan harapan yang rendah sehingga membiarkan pihak lawan menang.

c. *Inaction*

Menarik diri, mundur, dan menghindar dari konflik.

d. *Problem Solving*

Memberikan penjabaran, melakukan pendekatan, dan meminimalisir dampak dari konflik.

e. *Compromising*

Melakukan kompromi, upaya moderat agar mencapai hasil sendiri dan mendukung pihak lain untuk mencapai hasil.

Manajemen konflik dalam lobi dan negosiasi yang berhasil diterapkan selama menjalani praktek kerja magang adalah *problem solving* dan *compromising*, karena PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. selalu berusaha untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya konflik dengan client yang memiliki *trust* terhadap perusahaan. Dengan begitu, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. melakukan kegiatan lobi dan negosiasi untuk melakukan kerjasama antara 2 (dua) atau lebih pihak adalah cara yang efektif untuk sama-sama mendapatkan keuntungan dari keputusan yang telah disepakati tanpa adanya kerugian satu sama lain.

3.3.3 *Corporate Communications*

Selama menjalani praktek kerja magang di PT Bank Mandiri (Persero) Tbk., khususnya di tim *Corporate Event* yang berada di dalam naungan departemen *Corporate Communications* tentu saja tidak dapat lepas dari kegiatan komunikasi, contohnya seperti komunikasi antara atasan dan bawahan, komunikasi dengan yang setingkat, serta komunikasi dengan pihak eksternal. PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai sebuah korporasi harus memperhatikan keselarasan aspek internal dan eksternal dalam menjalankan kegiatan guna mencapai tujuan organisasi secara bertahap. Aspek internal yang dimaksud ialah pemegang saham, manajemen pekerja, hingga sistem yang ada dalam perusahaan. Sedangkan aspek eksternal yang dimaksud ialah lingkungan yang melingkupi korporasi seperti pelanggan, lingkungan sosial, hingga masyarakat luas. Untuk mencapai tujuan perusahaan, diperlukan komunikasi korporasi antara aspek internal dan eksternal.

Menurut Hardjana (2013) komunikasi korporasi sendiri adalah jenis komunikasi yang lebih banyak digunakan di kalangan praktisi, sedangkan komunikasi yang sering digunakan di kalangan akademisi disebut dengan komunikasi organisasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi organisasi adalah jenis komunikasi yang lebih dispesifikasi. Komunikasi korporasi dapat dilakukan dalam bentuk komunikasi publik, yaitu terjadinya kegiatan pertukaran pesan antara korporasi dengan sekelompok individu yang

memiliki kepentingan bagi perusahaan dan sebaliknya. Publik sendiri dibagi menjadi 2 (jenis) yaitu yang pertama publik internal yang mencakup manajemen, pemegang saham, dan karyawan. Sedangkan yang kedua adalah publik eksternal yaitu mencakup pemerintah, media, pelanggan, hingga masyarakat luas.

Tidak dapat dipungkiri, peran komunikasi korporasi pada sebuah perusahaan dinilai sangat penting guna mempertahankan serta meningkatkan citra kepada para pemangku kepentingan agar semakin meningkat pula *trust* mereka terhadap perusahaan. Hal ini juga dilakukan oleh PT Bank Mandiri (Persero) Tbk., salah satu contohnya adalah melalui media sosial Instagram yaitu pada akun @mandiriupdate dan @bankmandiri. Tentu saja konten yang disajikan di media sosial perusahaan perlu diperhatikan sehingga tidak terjadi kesalahpahaman untuk khalayak yang dituju.

Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan yaitu dengan memposisikan *value* perusahaan di hadapan publik komunikasi atau yang biasa disebut *brand positioning*. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012), *brand positioning* adalah cara produk, merek, atau organisasi perusahaan dipersepsikan secara relatif dibandingkan dengan produk, merek atau organisasi pesaing oleh pelanggan saat ini maupun calon pelanggan.

Gambar 3.2 Konten di *Instagram Bank Mandiri Update*
@mandiriupdate



Pada kesempatan ini, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. memberikan *reminder* melalui media sosial sebagai salah satu bentuk komunikasi korporasi mengenai bagaimana cara menghindari atau mengurangi kemungkinan terkena wabah virus *Covid-19* yang tersebar di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Selain melalui media sosial, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. juga melaksanakan aksi turun kelapangan untuk meningkatkan awareness masyarakat dengan mengirimkan beberapa staf sebagai perwakilan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. untuk mengkomunikasikan secara langsung mengenai bahaya wabah virus *Covid-19*. Beberapa perlengkapan yang dibutuhkan agar penyampaian informasi efektif sudah dipersiapkan sebelum menuju ke lokasi seperti *standing banner*, kaos dengan logo PT Bank Mandiri (Persero) Tbk., sarung tangan latex, dan masker demi menjaga ke higienisan serta sebagai simbol yang disampaikan kepada target untuk meningkatkan *awareness* mengenai tata menjaga kebersihan agar terhindar dari wabah virus *Covid-19*.

Gambar 3.3 Pembagian *Hand Sanitizer* di Stasiun Senen



Sebagai bagian dari tim *Corporate Event* yang berada di dalam naungan *Corporate Communications*, penting untuk membantu perusahaan dalam menyampaikan pesan kepada publik, baik publik internal maupun eksternal, selain untuk berbagi hal yang bermanfaat kepada sesama, perusahaan juga akan mendapatkan keuntungan yaitu menjaga serta meningkatkan citra baik di hadapan publik.

3.4 Kendala dan Solusi

Dalam proses kerja magang, terdapat sejumlah kendala yang ditemukan selama proses kerja magang berlangsung. Kendala tersebut antara lain:

3.4.1 Kendala

1. Membuat perencanaan *event* dalam sebuah organisasi besar seperti perusahaan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. tidak semudah yang telah diajarkan di perkuliahan, karena fokus yang diberikan ketika di perusahaan tidak hanya pada satu kegiatan tetapi banyak pekerjaan lain yang harus diselesaikan dengan deadline yang sudah ditentukan. Selain itu ketika sedang merencanakan dan mempersiapkan *event* dalam perusahaan, pekerja dapat dihadapi dengan lebih dari 1 (satu) *event* di dalam periode yang sama.
2. Untuk melakukan lobi dan negosiasi tidak semudah yang diajarkan melalui teori lewat perkuliahan, karena ketika terjun langsung ke dunia pekerjaan dan mempraktekannya, untuk mencapai sebuah keputusan yang saling menguntungkan harus melalui tahap yang kompleks karena baik kedua belah pihak memiliki ego masing-masing.
3. Terjadinya bencana yaitu wabah virus *Covid-19* di tengah periode praktek kerja magang sehingga seluruh acara yang sedang direncanakan dan dipersiapkan terpaksa diundur dari waktu yang telah ditentukan. Kegiatan kerja magang juga terhalang karena virus *Covid-19* menjadi hambatan untuk menghadiri kantor.

3.4.2 Solusi Atas Kendala

Selama melakukan praktek kerja magang tim *Corporate Event* beserta jajaran di dalam naungan *Corporate Communications* PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. telah mendapatkan solusi dari berbagai kendala tersebut. Solusi yang ditemukan antara lain:

1. Menyeimbangkan teori dan praktek mengenai manajemen *event* serta membagi waktu untuk mengurus pekerjaan ganda agar bisa selesai tepat waktu.
2. Menyampaikan pesan secara hati-hati, persuasif, mudah dimengerti, dan dengan etika yang baik agar tidak terjadinya hal-hal yang dihindari saat melakukan lobi dan negosiasi dengan pihak yang ingin bekerja sama dengan perusahaan.
3. Untuk kegiatan (*event/acara/sponsorship*) yang sudah direncanakan oleh perusahaan di *reschedule* sampai kondisi sudah aman dan stabil. Pekerjaan tetap dilakukan dengan sistem *Work From Home* (WFH) atau kerja dari rumah.