

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan koordinasi

Dalam menjalankan praktek kerja magang di PT Henkel Indonesia sebagai *Corporate Communications Intern* selama 60 hari kerja. *Corporate Communications* di PT Henkel Indonesia saat ini berada di bawah naungan Departemen *Human Resources*. Selama masa praktek kerja magang, Lia Fany Utamie selaku *Human Resources Generalist* dan *Corporate Communications* menjadi pembimbing lapangan yang disediakan oleh PT Henkel Indonesia.

Selain berkoordinasi dengan Lia Fany Utamie selaku pembimbing lapangan, juga berkoordinasi langsung dengan *Human Resources Manager* Venih Darmawan untuk mendapatkan persetujuan selama menjalankan proyek-proyek acara atau kegiatan. Juga berkoordinasi dengan marketing untuk perencanaan materi komunikasi perusahaan bersama Lilyana Levina selaku *Marketing Specialist* di PT Henkel Indonesia.

3.2 Tugas yang dilakukan

Adapun tugas dan tanggung jawab selama masa praktek kerja magang sebagai *Corporate Communications Intern* di PT Henkel Indonesia dan memiliki fokus dan tanggung jawab untuk mengembangkan *Internal Communications / Employee Communication* secara khusus untuk internal atau untuk karyawan perusahaan. Fokus pekerjaan terkait dengan *Internal Communications / Employee Communications* yang dikerjakan adalah *Corporate Event* dengan detail aktivitas sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tugas Selama Kerja Magang

Jenis Kegiatan	Deskripsi Kegiatan
Menyusun proposal acara	Tahap penyusunan proposal acara dilakukan dengan mengacu pada tema yang didapatkan dari Henkel global. Proposal ini disusun dengan tujuan untuk membuat acara sesuai dengan kebutuhan karyawan secara lokal. Beberapa proposal kegiatan acara yang dibuat adalah: <i>Diversity Week 2020</i> , <i>Sustainability Week 2020</i> , dan <i>Henkel Day 2020</i> .
Membentuk tim kepanitiaan acara	Tim kepanitiaan ini merupakan tim penanggung jawab acara yang terdiri dari karyawan dari berbagai departemen di PT Henkel Indonesia. Penyusunan dilakukan kemudian diajukan ke pembimbing lapangan atau beberapa acara sudah ditetapkan kepanitiaannya oleh pembimbing magang.
Menghubungi pembicara dan moderator/MC	Untuk pembicara eksternal, diberikan beberapa nama pilihan pembicara yang sesuai kemudian mencari
Membuat materi desain untuk promosi acara	Materi desain yang dibuat bertujuan untuk memberitahu (mempromosikan acara) kepada karyawan mengenai acara yang akan dilangsungkan sehingga menarik minat karyawan untuk ikut serta dalam acara. Materi-materi promosi yang disusun dalam bentuk tulisan dan desain.
Pelaksanaan acara	<p>Mengeksekusi agenda acara mulai dari <i>pre-event</i>, <i>event</i>, hingga <i>pra-event</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Pre-event</i>: Melakukan kampanye singkat untuk mempromosikan nilai-nilai dari acara yang akan diadakan dan melakukan simulasi acara sebelum tanggal acara. - <i>Event</i>: Melakukan <i>briefing</i> acara untuk pelaksanaan yang sesuai dengan rencana dan waktu. - <i>Pra-event</i>: Memberikan ucapan terima kasih kepada tim yang terlibat dan pembubaran panitia. Mengirimkan gimmick dan hadiah yang sudah disediakan untuk acara yang diadakan.

Tabel 3.2 *Timeline* Tugas dan Tanggung jawab

No.	Nama Acara	Aktivitas	Minggu ke -																		
			Agustus					September					October								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15				
1	Diversity Week 2020	Menerima proposal kegiatan dari Henkel Global dan mengembangkan konsep sesuai kebutuhan lokal			■	■															
		Membentuk kepanitiaan dan membagi tugas serta tanggung jawab			■																
		Membuat materi desain dan wording untuk promosi acara					■	■	■	■	■	■									
		Menghubungi pembicara dan negosiasi kerja sama					■	■	■	■	■										
		Pelaksanaan acara												■							
		Laporan acara													■	■					
2	Sustainability Week 2020	Menerima proposal kegiatan dari Henkel Global dan mengembangkan konsep sesuai kebutuhan lokal	■	■	■	■															
		Membentuk kepanitiaan dan membagi tugas serta tanggung jawab			■	■															
		Membuat materi desain dan wording untuk promosi acara				■	■	■	■	■	■										
		Menghubungi pembicara dan negosiasi kerja sama					■	■	■	■	■										
		Pelaksanaan acara													■						
		Laporan acara														■	■				
3	Henkel Day 2020	Menerima proposal kegiatan dari Henkel Global dan mengembangkan konsep sesuai kebutuhan lokal					■	■	■	■											
		Membentuk kepanitiaan dan membagi tugas serta tanggung jawab					■	■	■	■											
		Membuat materi desain dan wording untuk promosi acara						■	■	■	■	■	■								
		Menghubungi pembicara dan negosiasi kerja sama							■	■	■	■	■								
		Pelaksanaan acara																			■
		Laporan acara																			■

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 *Corporate Event*

Corporate Event di PT Henkel Indonesia merupakan bagian dari *Corporate Brand Management & Corporate PR* dimana diadakan dengan tujuan untuk membangun kebersamaan internal/karyawan PT Henkel Indonesia sekaligus memperkokoh budaya-budaya perusahaan serta nilai-nilai yang ditanamkan di dalam perusahaan melalui berbagai aktivitas acara yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan karyawan sehingga memperkokoh reputasi perusahaan di dalam diri karyawan. Untuk itu, hal pertama yang harus dilakukan dalam merencanakan sebuah *event* adalah dengan menentukan visi atau *objective* dari acara tersebut. Dengan menentukan visi dan *objective* dapat membantu *corporate communications* untuk menemukan apa hal terpenting yang ingin dikomunikasikan atau disampaikan melalui acara yang akan diadakan. Selain itu, visi dan *objective* acara akan menjadi acuan bagi tim dalam persiapan hingga pelaksanaan.

Terdapat 5 prinsip dalam membuat corporate events yang harus diperhatikan menurut Allen (2009, pp. 9-17), yaitu:

a. *The Elements – All the parts that make up the event*

Langkah pertama dalam perencanaan sebuah acara adalah dengan memperhatikan gambaran besar dari acara tersebut. Cara terbaik untuk melihat gambaran tersebut adalah dengan cara membedah seluruh hal-hal penting yang harus ada dalam acara sehingga dapat membuat perencanaan yang lebih matang untuk hasil acara yang maksimal. Dengan memikirkan secara matang mengenai persiapan acara tentunya akan memudahkan apabila terjadi perubahan atau kendala pada saat acara dilaksanakan.

Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab selama di PT Henkel Indonesia, pada elemen ini dilakukan proses pembuatan proposal yang dimulai dengan membedah konsep acara yang sudah diberikan oleh Henkel global. Hal pertama yang akan dibedah dari konsep acara tersebut adalah nilai perusahaan apa yang ingin disampaikan oleh perusahaan melalui acara yang akan diadakan. Kemudian setelah mengetahui nilai yang akan disampaikan, dilanjutkan dengan mencari tahu sumber daya apa saja yang ada di perusahaan seperti pembicara apakah bisa secara internal atau eksternal, *platform digital* yang akan digunakan untuk acara yang akan diadakan secara daring, serta standar desain untuk materi-materi visual dari acara sesuai dengan konsep dari global.

b. *The Essentials – Must haves*

Pada poin ini, tim diharuskan menjabarkan hal-hal yang wajib ada di dalam acara dimana hal tersebut sudah tidak dapat ditawar lagi atau sudah sewajibnya ada di acara. Acara internal di PT Henkel Indonesia diwajibkan untuk dilakukan secara daring karena situasi pandemi di Indonesia yang masih berlangsung pada saat pelaksanaan acara, maka dari itu hal wajib yang tidak dapat ditawar lagi adalah bagi para karyawan yang terlibat secara langsung di lokasi acara yaitu di kantor Bintaro, maka diwajibkan untuk menggunakan masker/*face shield*. Selain itu yang wajib ada untuk menunjang aktivitas acara daring adalah fasilitas elektronik seperti laptop,

speaker, kamera, proyektor, dan LCD proyektor. Kemudian diperlukan juga dukungan internet dengan *bandwidth* yang sesuai untuk minimal 300 peserta acara agar acara daring dapat berjalan dengan baik. Setelah itu, hal terakhir yang wajib ada untuk mendukung acara adalah *software* presentasi dan desain untuk menunjang acara yang menarik dengan materi visual sesuai dengan acara. *Software-software* yang wajib ada adalah *Microsoft PowerPoint*, *Canva*, *Adobe Illustrator*, dan *Adobe Photoshop*.

c. *The Environment – Venue and Style*

Venue merupakan hal penting dalam acara karena merupakan lokasi tempat dimana acara akan dilangsungkan baik secara. Tim panitia acara juga diharuskan menganalisis *venue* untuk memastikan segala kebutuhan acara dapat dicapai apabila dilaksanakan di tempat tersebut dan memaksimalkan hasil acara yang sesuai dengan *objective* yang diinginkan.

Di tengah situasi pandemi COVID-19 di Indonesia saat ini, tim panitia acara tentunya menemukan kewajiban untuk mengadakan acara secara daring sehingga karyawan dapat berpartisipasi di dalam acara dengan tetap tinggal di rumah masing-masing. *Objectives* dari *venue/platform* daring yang akan digunakan adalah mampu menampung hingga +/- 300 orang peserta, dapat melakukan *share screen* untuk menampilkan *power point*, kemudian dapat melakukan *mute all participants* namun partisipan juga dapat melakukan fitur *unmute* secara mandiri, dan juga dapat menggunakan fitur kamera serta mengaplikasikan *virtual background*. Sehingga dipilihlah *platform meeting* secara daring yang dapat menunjang kebutuhan-kebutuhan tersebut dan juga merupakan *platform* yang sudah sehari-hari digunakan oleh seluruh karyawan PT Henkel Indonesia adalah *Microsoft Teams*.

Style adalah bagian dari acara yang memperhatikan mengenai suasana dan keseluruhan nuansa acara yang dapat dirasakan oleh peserta acara selama acara berlangsung. *Style* merupakan acuan yang akan mempengaruhi pilihan undangan, lokasi, pakaian peserta, dekorasi, hingga musik yang dipilih. Dikarenakan acara dilakukan secara daring, musik merupakan bagian penting di dalam acara karena terdapat situasi-situasi dimana peserta harus menunggu dan tidak ada yang

ditampilkan secara daring, maka dari itu diperlukan musik untuk mengisi kekosongan situasi tersebut. Musik-musik yang dipilih adalah lagu-lagu instrumental.

d. *The Energy – Creating a Mood*

Energi adalah perasaan yang dihasilkan setelah menerapkan *style* yang sudah ditentukan jadi merupakan kombinasi konsep acara dengan pelaksanaannya. Energi dapat dipilih berdasarkan kematangan dari perencanaan sebuah acara dan bagaimana acara tersebut berjalan sesuai dengan tujuannya kepada target peserta yang tepat. Penilaian dari energi pada suatu acara adalah seperti pemilihan lokasi yang terbaik, jenis makanan yang sesuai selera peserta acara, dan berbagai detail yang dapat membangun energi dari peserta untuk menikmati acara.

Pada acara-acara internal PT Henkel Indonesia, energi ini terbangun oleh keberadaan dari *master of ceremony* (MC) atau moderator acara. MC/Moderator membangun energi dari acara melalui perkataan seperti pernyataan-pernyataan mengenai semangat dari acara dimana nilai yang ingin disampaikan terlibat di dalam kalimat-kalimat yang disampaikan serta ekspresi wajah yang semangat dan hangat yang menyambut setiap karyawan. Selain itu, energi dari acara juga dibangun melalui kolom percakapan pada saat acara dimana karyawan dapat berinteraksi antar satu sama lain tanpa menciptakan kebisingan secara langsung sehingga acara tetap berjalan kondusif.

e. *The Emotion – Feelings*

Acara diadakan untuk menyampaikan sebuah pesan dimana pesan tersebut juga harus dapat menyampaikan emosi yang membungkus acara tersebut. Sebagai contoh, acara dengan *style* romantis akan berusaha mengajak peserta acara untuk merasakan emosi-emosi seperti kehangatan, keakraban, kedekatan, dan cinta. Acara-acara yang diadakan oleh PT Henkel Indonesia hadir dengan *style* menyenangkan yang memberikan nuansa ringan, penuh tawa, dan kebahagiaan. Selain itu juga melalui acara-acara internal perusahaan juga diharapkan para karyawan selain dapat bersenang-senang namun juga dapat merasakan semangat

perusahaan yang kompetitif dimana karyawan terus di *challenge* melalui berbagai aktivitas yang juga merupakan bagian dari acara.

Peserta magang bertanggung jawab akan pelaksanaan 3 acara perusahaan PT Henkel Indonesia dengan tugas sebagai berikut:

3.3.1.1 Diversity Week 2020

Di dalam acara *Diversity Week 2020* tugas yang diberikan adalah untuk mengembangkan konsep acara yang sudah dipersiapkan oleh pembimbing lapangan. Konsep yang diinginkan adalah sesi virtual dengan tema kesehatan mental di tengah pandemic dan durasi waktu selama 2 jam. Setelah berdiskusi mengenai fokus topik seperti apa yang akan dibawakan, proses selanjutnya adalah membuat proposal yang akan menjadi acuan dilaksanakannya acara.

1) Proposal Acara

Selama merancang proposal, terdapat beberapa pokok pembahasan yaitu konsep acara secara global, isu-isu yang sedang dihadapi oleh karyawan saat ini, profil pembicara, dan rencana susunan acara. Konsep utama acara dari Henkel global adalah sebagai berikut:

- Di Henkel, kami mempromosikan pendekatan akan keberagaman dan inklusi.
- Keberagaman dari karyawan Henkel seperti latar belakang, pengalaman, kemampuan, pengetahuan, kreativitas, dan mengapresiasi akan keberagaman tersebut merupakan pondasi dari keuntungan kompetitif dari perusahaan.
- Kami percaya bahwa budaya perusahaan terfokus pada keberagaman dan inklusi dan merupakan kunci utama yang mendorong munculnya kreativitas, inovasi, dan penemuan.
- Kemampuan kami adalah untuk memberikan hasil yang terbaik dengan bergantung pada kemampuan kami untuk menanamkan keberagaman dan inklusi dalam budaya perusahaan serta cara kami melakukan bisnis.

Selain konsep mengenai keberagaman dan inklusi di dalam halaman ini juga disampaikan beberapa kata kunci mengenai topik acara yang ingin dibawakan yaitu: keberagaman, fleksibilitas dalam bekerja dan kehidupan, kesehatan keuangan, dan kesehatan mental.

Gambar 3.1 Proposal Konsep Acara *Diversity Week 2020*

► **DIVERSITY WEEK 2020**
DIVERSITY & INCLUSION IN HENKEL

- At Henkel, we promote a holistic Diversity & Inclusion approach.
- The diversity of Henkel's employees, their backgrounds, experiences, talents, knowledge, creativity, and the appreciation of all their individual differences are the foundation for our competitive advantage.
- We believe that a company culture focused on diversity and inclusion is the key driver of creativity, innovation, and invention.
- Our ability to deliver excellent results is fueled by and dependent on our ability to embed Diversity & Inclusion in our corporate culture and the way we do business.

► **Diversity, Work-Life Flexibility, Financial Wellness, Mental Health**



Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

Gambar 3.2 Proposal Isu-isu yang Dialami Karyawan Selama Pandemi
Diversity Week 2020 –

► **KEY MESSAGES**
ISSUES AT WORK-PLACE DURING PANDEMIC

Financial Wellness	Front Line - WFO	Remote - WFH
 <p>Well preparedness toward uncertainty:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Company could not pay salary on time ▪ Salary deduction due to low business performance ▪ Termination /re-structuring 	 <ul style="list-style-type: none"> • Fear/anxiety – virus exposure • Maintaining 2m social distance • Heightened demand/increased workload • Staff shortages through illness/self isolation • Customer behavior 	 <ul style="list-style-type: none"> • Fear/anxiety – virus exposure • Isolation • Work environment/patterns • Technologies/connection • Home situation



Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

Isu-isu yang diusulkan dari pihak manajemen perusahaan adalah kesehatan keuangan selama pandemi dimana karyawan diharapkan dapat belajar mengenai persiapan menghadapi ketidakpastian seperti apabila perusahaan tidak dapat membayarkan gaji tepat pada waktunya, pengurangan gaji akibat dari menurunnya performa bisnis, dan kemungkinan terjadinya restrukturisasi atau terminasi. Selain itu isu lainnya adalah ketakutan bagi para karyawan di garis terdepan yaitu karyawan-karyawan yang wajib untuk tetap masuk bekerja dan tidak dapat melakukan kerja dari rumah. Isu yang terakhir adalah ditujukan untuk para karyawan yang bekerja dari rumah atau *work from home* dengan kendala-kendala seperti ketakutan akan terpapar dengan virus COVID-19, pola bekerja yang berubah secara tiba-tiba, kendala teknologi/koneksi, dan situasi rumah yang berbeda dengan bekerja dari kantor.

Setelah menemukan dan mempersempit pilihan-pilihan isu yang akan dibahas pada acara *Diversity Week 2020*, akhirnya terdapat pembicara yang dapat membahas mengenai isu yang diharapkan yaitu Becky Tumewu.

Gambar 3.3 Proposal *Rundown Acara Diversity Week 2020*

DIVERSITY WEEK 2020
 VIRTUAL SESSION ON FINANCIAL WELLNESS AND METAL HEALTH FOR EMPLOYEE DURING PANDEMIC

Date : Monday, 28 September 2020
 Time : 10.30-13.00 WIB
 Speaker : Becky Tumewu
 Audience : All employees
 Agenda :

Time	Topic	Presenter
10.15-10.25	Preparation	HR
10.25-10.30	Info ground rule	HR
10.30-10.45	Opening Speech	Moderator, Alejandro Schoenhuff (President Director Henkel K)
10.45-11.00	Introduction to event	Moderator
11.00-11.45	Sharing Session: Financial Wellness and Mental Health During Pandemic	Becky Tumewu
11.45-12.00	Q&A	Moderator
12.00-12.05	Closing	Alejandro Schoenhuff

Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

Gambar 3.4 Rencana Pembicara Acara *Diversity Week 2020*



Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

2) Panitia Acara

Di dalam menjalankan acara *Diversity Week 2020*, panitia yang menjalankan acara hanya dari departemen *human resources* dan *corporate communications*, dikarenakan waktu yang terbatas untuk melakukan kolaborasi dengan departemen lainnya dikarenakan kondisi kerja dari rumah dimana akan kesulitan dalam hal berkoordinasi. Acara ini dipimpin oleh manajer dari departemen *human resources* yaitu Venih Darmawan dan dibantu oleh Lia Fany Utamie dan peserta magang *corporate communication* yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan komunikasi acara perusahaan.

Gambar 3.5 Panitia *Diversity Week 2020* Bersama Pembicara



Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

3) Menghubungi Pembicara

Data mengenai pembicara dapat ditemukan secara daring melalui media sosial Instagram dan Twitter. Melalui kedua media sosial tersebut, didapatkan informasi mengenai nomor telepon dari *contact person* pembicara dan segera menghubungi yang kemudian berlanjut dengan mendiskusikan proposal acara.

Gambar 3.6 Menghubungi *Contact Person* Pembicara melalui *Whatsapp*



Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

4) Materi Desain Acara

Materi-materi promosi yang perlu untuk dipersiapkan adalah undangan acara yang disusun kedalam format *landscape* dan *portrait* yang kemudian dikirimkan melalui *e-mail blast* dan juga pesan *whatsapp*. Desain gambar dibuat dalam format gif agar dapat bergerak dan berulang secara otomatis sehingga dapat menarik perhatian para pembacanya. Warna yang digunakan untuk desain adalah warna-warna aksen dari Henkel dengan alasan utama untuk menunjukkan bahwa keberagaman merupakan salah satu nilai utama yang membentuk identitas dari perusahaan sebagai perusahaan multinasional dengan karyawan yang memiliki berbagai latar belakang bahasa, budaya, dan nilai-nilai lainnya.

Gambar 3.6 Warna Aksen Henkel



Sumber: Henkel *Corporate Design Portal*, 2021

5) Dekorasi Acara

Menyediakan latar dengan nuansa perusahaan dan menyertakan panah yang merupakan ciri khas perusahaan atau yang biasa disebut dengan *henkel arrow* dan juga bertuliskan beberapa motto dari keberagaman dari perusahaan seperti: *we collaborate as a strong team, we develop people with passion, we own our results, dan we act as entrepreneur.*

Gambar 3.7 Dekorasi Sesi *Virtual Diversity Week 2020*



Sumber: *Olahan Data Pribadi*, 2021

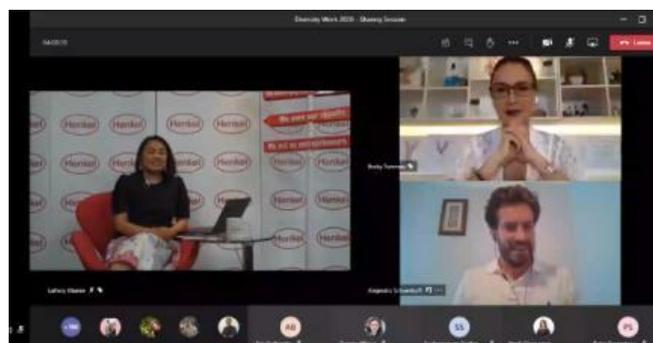
6) Pelaksanaan Acara

Acara dilaksanakan sesuai jadwal dan sesuai durasi yaitu selama 2 jam. Dengan dihadiri oleh seluruh karyawan di PT Henkel Indonesia baik karyawan di area *office* ataupun karyawan pabrik. *Rundown* dari acara *Diversity Week 2020* adalah 10 menit pertama pembukaan oleh moderator dan *Alejandro Schoenhoff*, kemudian dilanjutkan 5 menit perkenalan mengenai acara oleh moderator, selanjutnya adalah puncak acara yang berlangsung selama 45 menit dan dibawakan penuh oleh Becky Tumewu sebagai pembicara, dan akhirnya acara ditutup dengan 30 menit sesi tanya jawab dan foto bersama.

Tabel 3 2 Rundown Acara Diversity Week 2020

Time	Topic	Presenter
10.30-10.40	<i>Opening Speech</i>	Moderator, Alejandro Schoenhoff
10.40-10.45	<i>Introduction to event</i>	Moderator
10.45-11.30	<i>Financial Wellness and Mental Health During Pandemic</i>	Becky Tumewu
11.30-11.45	<i>QnA</i>	Moderator
11.45-12.00	<i>Closing</i>	Moderator

Gambar 3.8 Tampilan Para Pembicara Pada Sesi Virtual Diversity Week 2020



Sumber: Olahan Data Pribadi, 2020

3.3.1.2 *Sustainability Week 2020*

Selama di PT Henkel Indonesia, peserta juga turut berpartisipasi dalam berbagai kegiatan keberlanjutan dari perusahaan. Salah satu kegiatan keberlanjutan yang dilakukan Henkel adalah berpartisipasi dalam acara Minggu Keberlanjutan setiap tahunnya secara global. Di tahun 2020 ini, peserta magang mendapatkan kepercayaan untuk menjadi PIC (*Person in Charge*) untuk mengeksekusi acara dengan target peserta karyawan internal di kantor pusat Henkel Indonesia yaitu khususnya karyawan di kantor Bintaro.

1) **Proposal Acara**

Kemudian disusunlah proposal acara *Sustainability Week 2020* yang didalamnya berisikan hal-hal mengenai konsep acara dari Henkel global, rencana kampanye, dan rangkuman dari aktivitas yang akan dilakukan, *timeline* dan media yang akan digunakan. Konsep acara *Sustainability Week 2020* secara global mengangkat isu-isu dari *Sustainable Development Goals* (SDG) sehingga untuk diimplementasikan secara lokal, ada banyak varian isu yang dapat diangkat mengenai kegiatan untuk acara tersebut.

Konsep tersebut pun disesuaikan dengan isu-isu lokal yang berhubungan dengan karyawan PT Henkel Indonesia dan salah satu isu yang berkembang adalah bagaimana cara menjalani gaya hidup tanpa menghasilkan limbah. Untuk meningkatkan kesadaran karyawan perusahaan akan isu tersebut, maka disusunlah rancangan kampanye dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran karyawan atas efek domino dari sampah yang tidak dipilah dan membangun antusiasme karyawan dalam membantu mempermudah proses daur ulang limbah sehari-hari mulai dari hal-hal kecil.

Sehingga disusunlah dua acara utama yaitu yang pertama *#Henkel0WasteChallenge* dimana para karyawan diajak untuk mengikuti *challenge* selama 10 hari untuk memulai gaya hidup yang tidak menghasilkan sampah sama sekali dan juga acara puncak bersama pembicara eksternal yang akan membahas mengenai pemilahan sampah dan diberi judul *Learn How To Sort Waste Through Boardgame: WILAH!* Pemilihan nama dari acara dilakukan dengan berdiskusi

bersama dengan tim kepanitiaan, seperti contohnya pada saat memilih nama untuk acara *zero waste challenge* terdapat 2 pilihan nama yaitu: *#HenkelZeroWasteChallenge* atau *#Henkel0WasteChallenge*. Setelah melakukan pemilihan dengan suara terbanyak akhirnya terpilihlah *#Henkel0WasteChallenge* karena unik dan berbeda dengan *zero waste challenge* pada umumnya yaitu mengganti arti *zero* dengan angka.

Gambar 3 9 Desain #Henkel0WasteChallenge



Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

Gambar 3.10 Rencana Kampanye Acara Sustainability Week 2020

► **CAMPAIGN PLANNING**

Campaign name	Working towards Zero Waste
Objective	Increase awareness of the multilateral effects of unsorted waste and building enthusiasm to help easier recycling phase.
Duration	1-26 September 2020
Activities	<ul style="list-style-type: none"> Workshop how to sort waste through board game with Game4Change Digital Campaign: Henkel 0 Waste Challenge #Ambassador #GrowStrongerTogether #StrongerAtHome
Target audience	Henkel Employee & Family
Key messages	I ambassador, Zero Waste, Sustainable Lifestyle, #GrowStrongerTogether #StrongerAtHome
Goals	To inform, empower and activate all employees on zero waste in packaging and food waste
Budget	See activity budget

Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

Gambar 3.11 Rencana Acara *Workshop* untuk *Sustainability Week 2020*

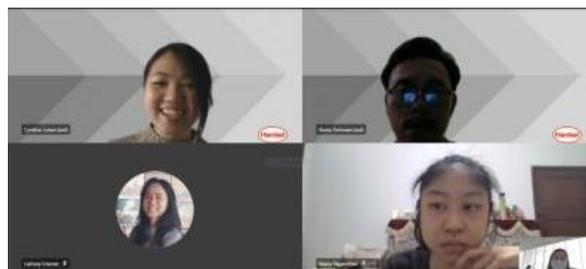


Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

2) Panitia Acara

Panitia dari acara *Sustainability Week 2020*, terdapat 5 orang termasuk peserta magang sebagai *project leader* kemudian dua *intern* dari departemen *marketing*, satu orang dari departemen salah satu unit bisnis di Henkel, dan yang terakhir adalah *supervisor* acara yaitu dari departemen *human resources*.

Gambar 3.12 Panitia *Sustainability Week 2020*



Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

3) Menghubungi Pembicara

Proses pencarian komunitas yang bergerak dibidang pemilahan sampah atau pengelolaan limbah berlangsung selama satu minggu. Kemudian dilakukanlah diskusi mengenai program-program seperti apa dari komunitas-komunitas tersebut yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Setelah itu dipilih-lah satu komunitas

yaitu Game4Change yang kemudian dilanjutkan dengan proses negosiasi harga dan menjalankan kerjasama.

4) Materi Desain Acara

Beberapa desain yang dibuat untuk acara *Sustainability Week 2020* diantara lain adalah undangan acara melalui *e-mail blast* dan desain untuk Kompetisi *#Henkel0WasteChallenge*, *teaser* acara, *recap* dari hasil *#Henkel0WasteChallenge*, dan desain untuk *reminder* undangan acara. Desain disusun menggunakan warna yang menggambarkan keberlanjutan di perusahaan yaitu warna hijau muda dan juga hijau tua.

5) Pelaksanaan acara

Acara dilaksanakan pada sesuai jadwal dan sesuai durasi yaitu selama satu jam tiga puluh menit. Dengan dihadiri oleh seluruh karyawan di PT Henkel Indonesia kantor Bintaro.

Tabel 3.3 Rundown Acara Puncak Sustainability Week 2020

Time	Topic	Presenter
02.00-02.10	<i>Opening & Speaker's Introduction</i>	Moderator
02.10-02.25	<i>Story behind WILAH & Waste Phenomenon in Indonesia</i>	Ryan Sucipto
02.25-02.50	<i>Training & Simulation How to Play WILAH</i>	Ryan Sucipto
02.50-03.00	<i>QnA</i>	Moderator
03.00-03.10	<i>Introducing Henkel Footprint Calculator</i>	HR
03.10-03.25	<i>Quiz</i>	HR
03.25-03.30	<i>Closing</i>	HR

Rundown dari acara *Sustainability Week 2020*, acara dimulai tepat pada jam dua siang, pembukaan dilaksanakan selama sepuluh menit oleh moderator, kemudian dilanjutkan lima belas menit sesi perkenalan Ryan Sucipto sebagai pembicara eksternal yang diundang, dan dilanjutkan dengan sesi *training* permainan wilah selama dua puluh lima menit, selanjutnya hingga jam tiga sore dilanjutkan dengan sesi tanya jawab yang akan dijawab langsung oleh Ryan Sucipto. Acara kemudian dilanjutkan oleh departemen *human resources* yang memperkenalkan mengenai *Henkel Footprint Calculator* yaitu fitur dari perusahaan yang dapat diakses secara umum baik untuk karyawan maupun *customer* untuk menghitung jejak karbon sehari-hari. Akhirnya, acara ditutup dengan *quiz* Kahoot, foto bersama, dan pembagian *gimmick* acara yang akan dikirimkan ke rumah masing-masing karyawan karena situasi pandemi.

Gambar 3.13 Foto Pelaksanaan Acara *Sustainability Week 2020*



Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

Gambar 3.14 *Gimmick* Acara *Sustainability Week 2020*



Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

3.3.1.3 Henkel Day 2020

Henkel Day merupakan acara tahunan yang selalu diadakan oleh Henkel secara global di seluruh cabang dimana Henkel berada untuk merayakan hari jadi Henkel. Hari spesial ini diadakan setiap tanggal 28 September setiap tahunnya secara serempak. Meskipun dilakukan secara bersamaan, tetapi bentuk acara yang diadakan disesuaikan dengan kemampuan secara lokal sesuai wilayahnya masing-masing. Henkel Indonesia mengadakan acara secara daring yaitu melalui *Microsoft Teams* dengan beberapa agenda acara seperti pengumuman-pengumuman pemenang dari berbagai kompetisi yang diadakan perusahaan sepanjang tahun, penampilan musik dari karyawan, sesi *doorprize*, dan foto bersama.

1) Proposal Acara

Henkel global menyediakan konsep acara dengan topik *culture* dan *collaboration* dengan motto acara *stronger together* dimana acara ini mengambil tema mengenai situasi pandemi saat ini yang dapat mempengaruhi kinerja para karyawan. Maka dari itu, perusahaan berusaha untuk menyampaikan salah satu nilai dari perusahaan yang berada di *framework* kerja perusahaan yaitu budaya dan kolaborasi sehingga dapat terus maju dan semakin kuat dengan cara berjalan bersama-sama. Global memberikan saran aktivitas untuk acara *Henkel Day 2020* yaitu yang pertama *board panel discussion*, *Online Henkel games*, dan yang terakhir *corona heroes* yaitu salah satu sesi apresiasi kepada karyawan yang berada digaris terdepan perusahaan atau karyawan yang tetap harus melakukan *work from office*.

Gambar 3.15 Konsep Dari Henkel Global Acara *Henkel Day 2020*



Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

Henkel di Indonesia memutuskan untuk menggunakan konsep dasar dari Henkel global yaitu untuk menyampaikan nilai *culture & collaboration* untuk juga menanamkan nilai *stronger together* melalui acara yang akan diadakan secara daring melalui *Microsoft Teams*.

2) Panitia Acara

Kepanitiaan dari acara *Henkel Day 2020* terdiri dari enam orang yang berasal dari berbagai departemen di PT Henkel Indonesia. Departemen-departemen yang bergabung dalam kepanitiaan untuk acara ini adalah *human resources, corporate communications, finance, marketing, dan IT.service point*.

Gambar 3.26 Panitia Acara Henkel Day 2020



Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

3) Materi Desain Acara

Selain dari penyusunan *rundown* acara, juga disusunlah materi-materi desain yang dapat digunakan untuk kebutuhan acara. Seperti contohnya adalah untuk undangan yang akan dikirimkan melalui surel kepada seluruh karyawan di PT Henkel Indonesia, kemudian desain untuk *gimmick* acara yang akan dibagikan juga kepada seluruh karyawan setelah acara berlangsung, dan yang terakhir adalah materi presentasi yang digunakan untuk presentasi sepanjang acara berlangsung. Warna yang digunakan untuk desain *Henkel Day 2020* adalah warna-warna aksen dari perusahaan yaitu merah, abu-abu, hitam, dan putih.

4) Pelaksanaan Acara

Pada saat pelaksanaan acara *Henkel Day 2020*, acara dilangsungkan tepat waktu sesuai dengan undangan yang sudah dibagikan kepada para karyawan yaitu pada pukul tiga sore dimana seluruh karyawan sudah berkumpul secara daring yaitu melalui *Microsoft Teams*. Acara dimulai dengan melakukan *icebreaking* oleh *master of ceremony* selama lima belas menit, kemudian dilanjutkan dengan kata sambutan dari para pemimpin di perusahaan yaitu Setiadi Sutanto selaku *head of finance*, Mashuri selaku *head of operations* pabrik Pasuruan, dan Budiarto selaku *head of operations* pabrik Tangerang. Kemudian acara dilanjutkan dengan membagikan berbagai *award* mulai dari *long service award*, *DIY Costume Independence Day*, *#Henkel0WasteChallenge*, dan *Pottery Painting*. Disela-sela berbagai pengumuman tersebut, diadakan sesi *virtual talent show* dari karyawan di Tangerang dan Pasuruan dengan durasi masing-masing sepuluh menit sebanyak tiga kali penampilan. Kemudian sampailah dipenghujung acara yang kemudian acara ditutup dengan foto bersama dan pembagian *gimmick* acara yang akan dikirimkan ke rumah masing-masing dari karyawan karena adanya situasi pandemi.

Tabel 3.4 Rundown Acara Henkel Day 2020

Time	Topic	Presenter
15.00-15.15	<i>Icebreaking</i>	MC
15.15-15.18	<i>Opening Speech</i>	Setiadi Sutanto
15.18-15.21	<i>Opening Speech</i>	Mashuri
15.21-15.24	<i>Opening Speech</i>	Budiarto
15.24-15.34	<i>Long Service Award</i>	MC
15.34-15.39	<i>Virtual Talent Show - Pasuruan Team</i>	IT Pasuruan
15.39-15.49	<i>Winner Announcement: Sustainability Week 0 Waste Challenge - Bintaro Winner</i>	MC

15.49-15.55	<i>Winner Announcement: DIY Costume - Independence Day</i>	MC
15.55-16.00	<i>Virtual Talent Show - Tangerang Team</i>	IT TGR
16.10-16.20	<i>Winner Announcement: Pottery Painting</i>	Mashuri, Budiarto, Setiadi
16.20-16.25	<i>Virtual Talent Show - Pasuruan Team</i>	IT PAZ
16.25-16.30	<i>Closing</i>	MC

Gambar 3.16 Situasi Acara *Henkel Day* 2020



Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

Gambar 3.17 Dekorasi Acara *Henkel Day* 2020



Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

Gambar 3.18 Souvenir Acara Henkel Day 2020



Sumber: Olahan Data Pribadi, 2021

3.3.2 Uraian Kendala-kendala Selama Proses Magang

Di dalam pelaksanaan praktek kerja magang di PT Henkel Indonesia, ada beberapa kendala antara lain:

1. Kesulitan dalam mengeksekusi kegiatan acara dan training karena jadwal acara yang berdekatan dan memiliki kemungkinan untuk saling bertabrakan apabila tidak E-mail undangan terlambat dikirimkan ke seluruh karyawan perusahaan.
2. Kesulitan dalam mengaplikasikan standar desain perusahaan dikarenakan kemampuan yang terbatas dalam bidang desain sehingga desain yang ditampilkan mengalami berbagai revisi yang memungkinkan menghambat proses pelaksanaan acara.

3.3.3 Solusi atas Kendala

Dalam menghadapi kendala-kendala di atas, ada 2 solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan pekerjaan dan kendala yang ada, yaitu:

1. Solusi atas kendala yang pertama adalah memastikan seluruh jajaran panitia menjalankan tugasnya dengan baik dan benar serta serta menghilangkan berbagai asumsi dan melakukan *follow-up* kegiatan dengan pihak-pihak yang bersangkutan apabila sudah mendekati tanggal-tanggal krusial.

2. Solusi dari kendala yang kedua adalah menggunakan dan mengaplikasikan standar desain perusahaan semaksimal mungkin atau menggunakan desain dari Henkel global sebagai acuan desain selama acara tersebut.